

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

**программы подготовки специалистов среднего звена
по специальности 38.02.08 Торговое дело**

Квалификация: специалист торгового дела

Форма обучения
очная на базе среднего общего образования

Рабочая программа учебной практики разработана на основе ФГОС по специальности среднего профессионального образования 38.02.08 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства просвещения Российской Федерации от № 548 от 19.07.2023г.; СМК-К-О-РЕ-3/4-13-26 Порядок организации и проведения практической подготовки обучающихся, осваивающих образовательные программы среднего профессионального образования; рабочих программ профессиональных модулей программы подготовки специалистов среднего звена по специальности.

Организация-разработчик: Многопрофильный колледж ФГБОУ ВО «Магнитогорский государственный технический университет им. Г. И. Носова»

Разработчики:

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

Анна Игоревна Артемьева

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

Ирина Анатольевна Балашова

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

Наталья Николаевна Колесникова

ОДОБРЕНО

Предметно-цикловой комиссией
«Экономики и сферы обслуживания»
Председатель Н.Н. Колесникова
Протокол № 5.1 от «11» февраля 2026г

Методической комиссией МпК

Протокол № 4 от «18» февраля 2026 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
1.1 Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы.....	4
2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ.....	9
2.1 Объем и структура рабочей программы учебной практики.....	9
2.2 Содержание рабочей программы учебной практики	10
3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	15
3.1 Материально-техническое обеспечение учебной практики.....	15
3.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации рабочей программы учебной практики	15
3.3 Общие требования к организации учебной практики	18
4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	19

1 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1 Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности по специальности 38.02.08 Торговое дело и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом (п. 5.1. ОПОП).

Цель учебной практики: формирование первоначальных практических профессиональных умений в рамках профессиональных модулей данной ОПОП по видам деятельности.

Учебная практика 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):

Индекс и наименование ПК/ОК	Результаты освоения
	владеет навыками
ВД 1 Организация и осуществление торговой деятельности	
ПК 1.1 Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	Н1.1.1 поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; Н1.1.2 проведение анализа и 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 омологии 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. Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.	Н1.2.1 оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; Н1.2.2 мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; Н1.2.3 установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; Н1.2.4 составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов.
ПК 1.3 Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.	Н1.3.1 формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; Н1.3.2 составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; Н1.3.3 осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; 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 случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов.
ПК 1.4 Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.	Н1.4.1 направления запросов, приглашений и информации 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 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 Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.	Н1.5.1 подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; Н1.5.2 сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.3 разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.4 мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.5 документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; Н1.5.6 подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.
ПК 1.6 Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.	Н1.6.1 выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; 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.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Уо 01.01 распознавать и анализировать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; выделять её составные части; определять этапы решения задачи; составлять план действий; определять необходимые ресурсы; реализовывать составленный план;

ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Уо 03.01 определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; Уо 03.02 применять современную научную профессиональную терминологию;
ВД 2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	
ПК 2.1 Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Н 2.1.1 составления плана маркетингового исследования Н 2.1.2 согласования плана проведения маркетингового исследования Н 2.1.3 определения инструментов маркетинговых исследований
ПК 2.2 Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Н 2.2.1 подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации Н 2.2.2 использования программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации Н 2.2.3 применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации
ПК 2.3 Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	Н 2.3.1 проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров с использованием информационных интеллектуальных технологий
ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товаров на внутреннем и внешних рынках	Н 2.4.1 установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках Н 2.4.2 установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке
ПК 2.5 Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов	Н 2.5.1 разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов Н 2.5.2 разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы
ПК 2.6 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	Н 2.5.2 разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы
ПК 2.7 Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	Н 2.5.2 разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы
ПК 2.8 Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	Н 2.5.2 разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Уо 02.01 определять необходимые источники информации; эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы, оформлять результаты поиска; Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Уо 03.01 определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; Уо 03.04 выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи
ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей	Уо 05.01 применять техники и приемы эффективного общения в профессиональной деятельности; Уо 05.02 грамотно излагать свои мысли и оформлять документы

социального и культурного контекста	по профессиональной тематике на государственном языке;
ВД 3 Организация и осуществление интернет-маркетинга	
ПК 3.1 Определять готовность веб-сайта к продвижению	Н 3.1.1 проведения технического анализа аудируемого веб-сайта Н 3.1.2 проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта Н 3.1.3 проведения нормативно-правового аудита веб-сайта.
ПК 3.2 Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Н 3.2.1 проведение анализа результатов работы поисковых систем по ключевым запросам пользователей; Н 3.2.2 проведение анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Н 3.2.3 определение стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».
ПК 3.3 Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет	Н 3.3.1 разработка стратегии проведения различных рекламных кампаний в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Н 3.3.2 настройка и запуск различных рекламных кампаний в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на различных интернет-площадках
ПК 3.4 Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет- сообщество	Н 3.4.1 настройки и запуска рекламных кампаний в социальных медиа.
ПК 3.5 Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика	Н 3.5.1 составление технических заданий на осуществление комплекса мероприятий по продвижению в сети Интернет в соответствии с требованиями заказчика.
ПК 3.6 Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	Н 3.6.1 анализ эффективности рекламных интернет-кампаний; Н 3.6.2 составление отчетов по результатам реализации стратегий продвижения интернет- ресурсов.
ОК 01 Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий
ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Уо 03.02 применять современную научную профессиональную терминологию
ВД 4 Освоение профессий рабочих, должностей служащих	
ПК.4.1 Осуществлять поиск рекламных идей	Н.4.1.1 Креативного мышления, аналитическими навыками
ПК.4.2 Разрабатывать авторские рекламные проекты	Н4.2.1 Медиапланирования, пользования инструментами и программами для создания рекламных кампаний
ПК.4.3 Составлять и оформлять тексты рекламных объявлений	Н4.3.1 Креативного мышления, аналитическими навыками оформления и создания текстов
ПК.4.4 Выполнять рабочие операции с денежными средствами и ценными бумагами	Н.4.4.1 Выполнения рабочие операции с денежными средствами и ценными бумагами
ПК.4.5 Вести кассовую книгу с собственной кассовой отчетностью	Н.4.5.1 Ведения кассовую книгу с собственной кассовой отчетностью
ПК.4.6 Определять платежность денежных средств	Н.4.6.1 Определения платежности денежных средств
ПК.4.7 Готовить денежные средства и ценные бумаги для инкассации	Н.4.7.1 Подготовки денежные средства и ценные бумаги для инкассации
ПК.4.8 Осуществлять полный цикл рабочих операций на основных видах контрольно-кассовой техники	Н.4.8.1 Осуществления полного цикла рабочих операций на основных видах контрольно-кассовой техники
ОК 01 Выбирать способы решения задач	Уо 01.02 владеть актуальными методами работы в

профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	профессиональной и смежных сферах
ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Уо 02.02 использовать современное программное обеспечение, различные цифровые средства для решения профессиональных задач; проявлять культуру информационной безопасности при использовании информационно-коммуникационных технологий;
ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях	Уо 03.03 определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования

2 СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Объем учебной практики

Вид практики		Курс	Место проведения практики	Кол-во часов			Обоснование вариативной части	Вид аттестации и контроля
				Всего	Базовая часть	Вариативная часть		
ВД.1 Организация и осуществление торговой деятельности	УП.01 Учебная практика	1	МпК	36	36			Промежуточная (комплексный зачет)
ВД.2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	УП.02 Учебная практика	1,2	МпК	72	72			Промежуточная (зачет) Промежуточная (комплексный зачет)
ВД.3 Организация и осуществление интернет-маркетинга	УП.03 Учебная практика	2	МпК	36	36			Промежуточная (зачет)
ВД.4 Освоение профессий рабочих, должностей служащих	УП.04.01 Учебная практика	2	МпК	36		36	Способствует формированию необходимых профессиональных навыков	Промежуточная (комплексный зачет)
	УП.04.02 Учебная практика	1		36		36	Способствует формированию необходимых профессиональных навыков	
Итого		-	-	216	144	72		

Фактические сроки проведения учебной практики определяются в соответствии с календарным учебным графиком, утверждаемым ежегодно приказом ректора.

2.2 Структура и содержание учебной практики

Код ПК/ОК	Навык	Виды работ	Наименование тем учебной практики	Семестр	Объем часов
В.Д.1 Организация и осуществление торговой деятельности					
ПК 1.1 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.1.1 поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; Н1.1.2 проведение анализа и 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 внешних рынках	Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации	Тема 1.1. Анализ и систематизация требований внешних рынков к товарной продукции	2	2
		Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка	Тема 1.2. Разработка плана мероприятий по омологации товарной продукции для выхода на рынок	2	4
ПК 1.2 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.2.1 оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; Н1.2.2 мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; Н1.2.3 установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; Н1.2.4 составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов	Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма.	Тема 2.1 Разработка пакета типовых образцов коммерческой документации (коммерческие предложения, запросы, оферты) для ВЭД предприятия Тема 2.2 Подготовка комплекта коммерческих документов для сопровождения сделки по поставке товара потенциальному партнеру на рынке	2	4
		Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках.	Тема 2.3 Разработка критериев оценки и подготовка сводного отчета о потенциальных партнерах (дистрибьюторах) для вывода продукции на рынок страны/региона	2	2
ПК 1.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.3.1 формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; Н1.3.2 составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности	Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта	Тема 3.1. Разработка проекта закупочной документации для проведения аукциона/конкурса на поставку товара/работы/услуги в соответствии с требованиями законодательства о контрактной системе	2	4
		Формирование списка	Тема 3.2. Разработка	2	2

	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 случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов.	потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта	критериев оценки и формирование базы потенциальных партнёров (поставщиков/покупателей) для реализации экспортно-импортных операций Тема 3.3 Формирование базы данных потенциальных поставщиков для обеспечения бесперебойной деятельности организации на внутреннем/внешнем рынке		
ПК 1.4 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.4.1 направления запросов, приглашений и информации 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 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	Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта.	Тема 4.1. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта	2	4
		Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту;	Тема 4.2. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту	2	4

	контракта с контрагентом				
ПК 1.5 OK 01 OK 02 OK 03	Н1.5.1 подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; Н1.5.2 сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.3 разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.4 мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.5 документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; Н1.5.6 подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.	Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств;	Тема 5.1. Подготовка алгоритма по организации претензионной работы Тема 5.1. Подготовка алгоритма по организации претензионной работы	2 2	4 2
ПК 1.6 OK 01 OK 02 OK 03	Н1.6.1 выполнения торговых-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов 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.	Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей.	Тема 6.1. Организация процесса продажи товаров через электронные торговые площадки с применением систем безналичной оплаты и онлайн-касс Тема 6.2 Внедрение системы электронного документооборота и онлайн-касс для оформления расчетов с покупателями в соответствии с требованиями законодательства	2	4
ИТОГО					36
ВД 2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли					
ПК 2.1 ПК 2.2 OK 02 OK 03 OK 05	Н 2.1.1 составления плана маркетингового исследования Н 2.1.2 согласования плана проведения маркетингового исследования Н 2.1.3 определения инструментов маркетинговых исследований Н 2.2.1 подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации Н 2.2.2 использования программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации Н 2.2.3 применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации	Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям	Тема 1.1 Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды	2	8
ПК 2.3 OK 02 OK 03 OK 05	Н 2.3.1 проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров с использованием информационных интеллектуальных технологий	Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование	Тема 2.1 Политика цен и стратегия ценообразования	2	8

		Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров	Тема 2.2 сквозные цифровые технологии	2	8
		Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации	Тема 2.3 Анализ ценовой политики	2	4
ПК 2.4 ОК 02 ОК 03 ОК 05	Н 2.4.1 установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешнем рынках Н 2.4.2 установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке	Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках	Тема 3.1 Методы ценового стимулирования продаж	2	8
ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8 ОК 02 ОК 03 ОК 05	Н 2.5.1 разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов Н 2.5.2 разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы	Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия	Тема 4.1 Анализ ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия	4	8
		Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия	Тема 4.1 Анализ ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия	4	8
		Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги	Тема 4.2 Проверка заявленных цен на товары, работы, услуги	4	8
		Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	Тема 4.3 Разработка бизнес-плана	4	12
ИТОГО					72
ВД 3 Организация и осуществление интернет-маркетинга					
ПК 3.1 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.1.1 проведения технического анализа веб-сайта; Н 3.1.2 проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) и визуально-эстетического решения веб-сайта; Н 3.1.3 проведения нормативно-правового аудита веб-сайта.	Формирование портрета целевой аудитории на основе метода сегментации «5W».	Тема 1.1 Портрет целевой аудитории	4	4
		Проведение сравнительного конкурентного анализа по ключевым параметрам рыночной деятельности	Тема 1.2 Анализ по ключевым параметрам	4	4
ПК 3.2 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.2.1 проведение анализа результатов работы поисковых систем по ключевым запросам пользователей; Н 3.2.2 проведение анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Н 3.2.3 определение стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	Разработка уникального торгового предложения, дифференцирующего продукт на рынке.	Тема 2.1 Уникальное торговое предложение	4	8
ПК 3.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.3.1 разработка стратегии проведения различных рекламных кампаний в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Н 3.3.2 настройка и запуск различных рекламных кампаний в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на различных интернет-площадках.	Проектирование воронки продаж с картированием пути клиента и подбором каналов коммуникации для каждого этапа	Тема 3.1 Воронка продаж	4	8
ПК 3.4 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.4.1 настройки и запуска рекламных кампаний в социальных медиа.	Создание семантического ядра посредством подбора и кластеризации релевантных поисковых запросов	Тема 4.1 Создание семантического ядра	4	2
ПК 3.5 ОК 01	Н 3.5.1 составление технических заданий на осуществление комплекса	Планирование контент-стратегии путём разработки	Тема 5.1. Контент-стратегия и контент-	4	4

ОК 02 ОК 03	мероприятий по продвижению в сети Интернет в соответствии с требованиями заказчика.	рубрикатора и контент-плана для социальной сети	план		
ПК 3.6 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.6.1 анализ эффективности рекламных интернет-кампаний; Н 3.6.2 составление отчетов по результатам реализации стратегий продвижения интернет-ресурсов.	Подготовка аналитического отчёта об эффективности рекламной кампании с включением ключевых метрик и выводов по оптимизации	Тема 6.1 Эффективность рекламной кампании	4	6
ИТОГО					36
В.Д.4 Освоение профессий рабочих, должностей служащих					
ПК 4.1 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.1.1 Креативного мышления, аналитическими навыками	Контакты с производителями рекламы по вопросам производства рекламного продукта.	Тема 1.2 Рекламная деятельность	3	6
		Составление и оформление текстов рекламных объявлений.	Тема 1.3 Организация размещения рекламы	3	6
ПК 4.2 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.2.1 Медиапланирования, пользования инструментами и программами для создания рекламных кампаний	Работа в рекламных акциях в качестве исполнителя	Тема 1.1 Изучение рыночного сегмента и целевой аудитории	3	6
		Использование современных информационных и коммуникационных средств продвижения рекламы. Использование компьютерных технологий для обработки текстовой информации.	Тема 1.4 Рекламные технологии в сети Интернет	3	6
ПК 4.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.3.1 Креативного мышления, аналитическими навыками оформления и создания текстов	Контакты со средствами массовой информации по вопросам размещения рекламы.	Тема 1.2 Рекламная деятельность	3	6
		Применение приемов создания и обработки изображений.	Тема 1.2 Рекламная деятельность	3	6
ПК 4.4 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.4.1 Выполнения рабочие операции с денежными средствами и ценными бумагами	Осуществление рабочих операций по приёму, учёту, хранению и выдаче денежных средств и ценных бумаг.	Тема 1.1 Требования кассовой дисциплины для предприятий	2	6
ПК 4.5 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.5.1 Ведения кассовую книгу с собственной кассовой отчетностью	Оформление первичной кассовой отчётности	Тема 1.1 Требования кассовой дисциплины для предприятий	2	2
		Анализ организации ведения и хранения кассовых документов	Тема 1.1 Требования кассовой дисциплины для предприятий	2	4
ПК 4.6 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.6.1 Определения платежности денежных средств	Определение платежности денежных средств	Тема 1.1 Требования кассовой дисциплины для предприятий	2	6
ПК 4.7 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.7.1 Подготовки денежные средства и ценные бумаги для инкассации	Подготовка денежных средств для инкассации	Тема 1.1 Требования кассовой дисциплины для предприятий	2	6
ПК 4.8 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.8.1 Осуществления полного цикла рабочих операций на основных видах контрольно-кассовой техники	Знакомство с отраслевыми нормативами рабочих операций на ККМ.	Тема 2.1. Применение контроль-кассовой технике при расчетах с населением	2	2
		Отработка режима «Начало смены» и «Окончание смены» на ККМ. Отработка операции по получению кассового чека в режиме «Регистрация покупок».	Тема 2.2 Правила эксплуатации и порядок работы на контроль-кассовой технике	2	6
		Отработка операций по межремонтному техническому обслуживанию ККМ. Организация и документирование эксплуатации и техобслуживания ККМ.	Тема 2.2 Правила эксплуатации и порядок работы на контроль-кассовой технике	2	4
ИТОГО					72

3 УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1 Материально-техническое обеспечение учебной практики

Для реализации рабочей программы учебной практики предусмотрены следующие специальные помещения и оснащение:

Лаборатория «Организации осуществления торговой деятельности», «Предпринимательства и интернет – маркетинга» оснащенные в соответствии с приложением 3 образовательной программы.

Помещение для воспитательной работы, оснащенное в соответствии с приложением 3 образовательной программы.

Компьютерный класс, оснащенный в соответствии с приложением 3 образовательной программы.

3.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение реализации рабочей программы учебной практики

Основные источники:

1. Левкин, Г. Г. Коммерческая деятельность : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Г. Левкин, О. А. Никифоров. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 265 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17372-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/567917>

2. Арустамов, Э. А. Внешнеэкономическая деятельность : учебник / Э. А. Арустамов, Р. С. Андреева. — Москва : КноРус, 2026. — 165 с. — ISBN 978-5-406-14974-4. — URL: <https://book.ru/book/960799> (дата обращения: 13.05.2026). — Текст : электронный.

3. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565109>

4. Федорова, И. Ю. Финансовый механизм государственных и муниципальных закупок : учебник для среднего профессионального образования / И. Ю. Федорова, А. В. Фрыгин. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 235 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16598-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587212> (дата обращения: 13.05.2026).

5. Бизнес-планирование : учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2021415>. — Режим доступа: по подписке.

6. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия : учебное пособие / Г.А. Васильев, А.А. Романов, В.А. Поляков. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2023. — 159 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2019744>. — Режим доступа: по подписке.

7. Ценообразование : учебник / под ред. проф. В. А. Слепова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 304 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2086781>. — Режим доступа: по подписке.

8. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018914-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2067373>. — Режим доступа: по подписке.

9. Интернет-маркетинг : учебник для вузов / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 335 с. — (Высшее

образование). — ISBN 978-5-534-15098-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/582971> (дата обращения: 26.06.2026).

10. Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 589 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-019085-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2208739> (дата обращения: 26.06.2026). – Режим доступа: по подписке.

11. Технология интернет-маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / под общей редакцией О. Н. Жильцовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 335 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15606-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/544789> (дата обращения: 26.06.2026).

12. Карпова, С. В. Рекламное дело : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 344 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19807-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561056> (дата обращения: 13.05.2025).

13. Поляков, В. А. Реклама: разработка и технологии производства : учебник и практикум для среднего профессионального образования / В. А. Поляков, А. А. Романов. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 502 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-10539-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566021> (дата обращения: 13.05.2025).

14. Тюленева, Т. А. Выполнение работ по профессии Кассир : учебник / Т. А. Тюленева. — Москва : КноРус, 2026. — 146 с. — ISBN 978-5-406-16332-0. — URL: <https://book.ru/book/962492> (дата обращения: 03.05.2026). — Текст : электронный.

15. Костюкова, Е. И. Освоение должности служащего 23369 «Кассир» : учебное пособие / Е. И. Костюкова, В. С. Германова, Ю. А. Цисельская. — Москва : КноРус, 2025. — 188 с. — ISBN 978-5-406-13977-6. — URL: <https://book.ru/book/955911> (дата обращения: 03.05.2026). — Текст : электронный.

Дополнительные источники:

1. Е. Ф. Основы предпринимательской деятельности : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Ф. Чеберко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 458 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18808-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/565781>

2. Кадырова, Г. М. Управление государственной и муниципальной закупочной деятельностью : учебник для вузов / Г. М. Кадырова, С. Г. Еремин, А. И. Галкин ; под редакцией С. Е. Прокофьева. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 392 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15790-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/587167> (дата обращения: 13.05.2026)

3. Прокушев, Е. Ф. Организация и техника внешнеторговых операций : учебник и практикум для вузов / Е. Ф. Прокушев, А. А. Костин ; под редакцией Е. Ф. Прокушева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 202 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17239-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568140>

4. Синяева, И. М. Маркетинг в торговле : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. проф. Л. П. Дашкова. - 7-е изд. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. - 396 с. - ISBN 978-5-394-04950-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2083009> – Режим доступа: по подписке.

5. Кудряшов, Р. Б. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью : учебное пособие / Р. Б. Кудряшов. — Москва : КноРус, 2026. — 341 с. — ISBN 978-5-406-15843-2. — URL: <https://book.ru/book/961238> — Текст : электронный.

6. Рыжиков, С. Н. Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью + Приложение : учебник / С. Н. Рыжиков. — Москва : КноРус, 2025. — 351 с. — ISBN 978-5-406-13867-0. — URL: <https://book.ru/book/955664> — Текст : электронный.
7. Рычкова, Н. В. Маркетинговые исследования : учебник / Н. В. Рычкова. — Москва : КноРус, 2026. — 310 с. — ISBN 978-5-406-15403-8. — URL: <https://book.ru/book/961401> — Текст : электронный.
8. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг: учебник для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/589325> (дата обращения: 26.06.2026).
9. Сухарев, О. С. Функциональный и интернет-маркетинг : монография / О. С. Сухарев, Н. В. Курманов, К. Р. Мельковская. — Москва : КУРС : ИНФРА-М, 2024. — 345 с. — (Наука). - ISBN 978-5-905554-33-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2117126> (дата обращения: 26.06.2026). — Режим доступа: по подписке.
10. Кметь, Е. Б. Цифровой маркетинг : учебник для вузов / Е. Б. Кметь, Н. А. Юрченко. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург: Лань, 2026. — 128 с. — ISBN 978-5-507-54499-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/508967> (дата обращения: 26.06.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
11. Баркович, А. А. Веб-проектирование : учебное пособие / А.А. Баркович, Т.А. Филимонова. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 231 с. — (Высшее образование). — DOI 10.12737/2116156. - ISBN 978-5-16-019399-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2116156> (дата обращения: 26.06.2026). — Режим доступа: по подписке.
12. Синяева, И. М. Основы рекламы : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, Д. А. Жильцов. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 453 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19116-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561024> (дата обращения: 13.05.2025).
13. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика : учебник и практикум для среднего профессионального образования / под редакцией А. Н. Лаврентьева. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 215 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16035-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566468> (дата обращения: 13.05.2025).
14. Сапожникова, Н. Г. Ведение кассовых операций : учебник / Н. Г. Сапожникова, Я. Н. Недомолкина. — Москва : КноРус, 2026. — 199 с. — ISBN 978-5-406-15808-1. — URL: <https://book.ru/book/961752> (дата обращения: 03.05.2026). — Текст : электронный.
15. Федеральный закон «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» от 22.05.2003 № 54-ФЗ (с изм. и доп.)// СПС «Консультант Плюс».
16. Постановление Госкомстата РФ от 18.08.1998 № 88 «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету кассовых операций, по учету результатов инвентаризации» // СПС «Консультант Плюс»
17. Постановлением Госкомстата РФ от 25.12.1998 N 132 «Альбом унифицированных форм первичной учетной документации по учету денежных расчетов с населением при осуществлении торговых операций с применением контрольно - кассовых машин»
18. Указание ЦБР от 27.08.2008г. № 2060-У «О кассовом обслуживании в учреждениях Банка России кредитных организаций и иных юридических лиц» (с изм. и доп.)// СПС «Консультант Плюс».

Интернет-ресурсы:

1. ГАРАНТ.РУ. Информационно-правовой портал [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.garant.ru> , свободный.– Загл. с экрана.
2. КонсультантПлюс. Официальный сайт компании «Консультант-Плюс» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.consultant.ru> , свободный.– Загл. с экрана.
3. TechTerra: всё про маркетинг и SMM [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/channel/UCUMNUndgRn7BSUEkuZxdt2g> - Загл. с экрана.
4. Московская Академия Экономики и Развития [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.youtube.com/@maeracademy> - Загл. с экрана.
5. Инструменты для мониторинга, анализа и оценки эффективности поискового продвижения [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://topvisor.com/ru/?inv=385903>
6. Интернет-маркетинг с нуля [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://tilda.education/courses/marketing/internet-marketing-beginning/> - Загл. с экрана.
7. Информационно-технологическое сопровождение (1С:ИТС) [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://its.1c.ru/db/newscomm/content/474202/hdoc> - Загл. с экрана.
8. Конструктор сайтов Wix [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://vk.com/wixcom_ru
9. Сервис проверки контрагентов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.list-org.com/> - Загл. с экрана.
10. . Сервис профессиональной проверки контрагентов [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://excheck.pro/> - Загл. с экрана.
11. . Сервис проверки контрагентов «Чекко» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://checko.ru/company/rivers-1087446000696> - Загл. с экрана.
12. Инструмент для оценки посещаемости сайтов и анализа поведения пользователей - <https://metrika.yandex.ru/>
13. Конструктор сайтов - <http://www.setup.ru/>
14. Система контекстной рекламы - <http://www.google.ru/adwords/>
15. Демонстрационная версия программы Project Expert. [Электронный ресурс]- <https://www.expert-systems.com/financial/demo.php> – Загл. с экрана

3.3 Общие требования к организации учебной практики

Учебная практика проводится в форме практической подготовки в условиях выполнения обучающимися видов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью и направленных на формирование, закрепление, развитие практических навыков и компетенций по профилю образовательной программы в соответствии с локальными актами образовательной организации.

4 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Оценка учебной практики осуществляется на основе анализа предусмотренных форм отчетности и экспертного оценивания запланированных результатов обучения: практических навыков 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 ПК/ОК	Навык	Оценочные средства для промежуточной аттестации
ВД 1 Организация и осуществление торговой деятельности		
ПК 1.1 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.1.1 поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; Н1.1.2 проведение анализа и 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 внешних рынках.	Отчет по практике. Задание № 1 От китайской швейной фабрики «Зоря» 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. 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. Задание № 3 От ООО «Северный Альянс» 15 сентября 2012 г. № 10 поступило коммерческое предложение ТД «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. 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 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.
ПК1.2. ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.2.1 оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; Н1.2.2 мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; Н1.2.3 установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; Н1.2.4 составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов.	
ПК 1.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.3.1 формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; Н1.3.2 составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных	

	комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; Н1.3.3 осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; 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 случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов.	Сидорову подготовить проект договора на поставку указанных товаров и после согласования его направить поставщику для подписания. Задание № 5. Задание выполняется по вариантам. 1. Дайте характеристику торгового предприятия (полное наименование предприятия, фактический адрес, адрес официального сайта, время работы, цели деятельности, логотип, актуальность, социальная значимость). 2. Организационно-правовая форма торгового предприятия. Дата регистрации, ФИО учредителя и руководителя, ИНН, КПП, ОГРН, ОКПО, ОКОПФ, ОКТМО, юридический адрес, код и наименование видов деятельности (ОКВЭД). Результаты оформите в таблице. Таблица 1 – Основные реквизиты <table><tr><th>Реквизиты</th><th>Характеристика реквизитов</th></tr><tr><td></td><td></td></tr><tr><td></td><td></td></tr></table> 3. Сертификаты и лицензии необходимые для торговой деятельности предприятия. 4. Дать анализ места расположения торгового предприятия или торговой сети на карте. Представить фото или скрин. Провести анализ отзывов о компании. Указать среднюю оценку. 5. Классификация торгового предприятия. Предприятия торговли подразделяют на классификационные группы в зависимости от различных признаков, в том числе: - по формам собственности; - по видам торговли; - по специализации торговой деятельности; - по способу организации торговой деятельности; - по виду торгового объекта; - по формам торгового обслуживания покупателей; - по условиям реализации товаров, - по типам предприятий торговли. 6. Провести анализ ассортимент торгового предприятия. Результаты оформить в таблице 2. Таблица 2 – Ассортимент торгового предприятия <table><tr><th>Группа товаров</th><th>Наименование товара</th><th>Изображение товара</th></tr><tr><td>Мясо и мясные продукты</td><td>Варёные колбасы, сосиски, сардельки, стейки, шпикачки, варёные колбасы колбасы, полукопченые колбасы, сырокопченые колбасы, деликатесы, паштеты</td><td></td></tr></table>	Реквизиты	Характеристика реквизитов					Группа товаров	Наименование товара	Изображение товара	Мясо и мясные продукты	Варёные колбасы, сосиски, сардельки, стейки, шпикачки, варёные колбасы колбасы, полукопченые колбасы, сырокопченые колбасы, деликатесы, паштеты	
Реквизиты	Характеристика реквизитов													
Группа товаров	Наименование товара	Изображение товара												
Мясо и мясные продукты	Варёные колбасы, сосиски, сардельки, стейки, шпикачки, варёные колбасы колбасы, полукопченые колбасы, сырокопченые колбасы, деликатесы, паштеты													
ПК 1.4. ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.4.1 направления запросов, приглашений и информации 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 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	7. Описать торгово-технологическое оборудование и инвентарь магазина. Результаты оформить в таблице 3. Таблица 3 – Описание торгово-технологического оборудования и инвентаря магазина				
ПК 1.5 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.5.1 подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; Н1.5.2 сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.3 разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.4 мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Н1.5.5 документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; Н1.5.6 подготовка предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту.	<table><tr><th>Оборудование и инвентарь</th><th>Образец</th></tr><tr><td>Стеллаж пристенный с деревянными полками</td><td></td></tr></table>	Оборудование и инвентарь	Образец	Стеллаж пристенный с деревянными полками	
Оборудование и инвентарь	Образец					
Стеллаж пристенный с деревянными полками						
ПК 1.6. ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н1.6.1 выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; 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.	8. Провести анализ конкурентов торгового предприятия				
ВД 2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли						
ПК 2.1 ПК 2.2 ОК 02 ОК 03 ОК 05	Н 2.1.1 составления плана маркетингового исследования Н 2.1.2 согласования плана проведения маркетингового исследования Н 2.1.3 определения инструментов маркетинговых исследований Н 2.2.1 подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации Н 2.2.2 использования программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации Н 2.2.3 применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации	Отчет по практике Задание Вы являетесь специалистом отдела маркетинга крупной сети магазинов бытовой техники «Техносити». Ваша задача заключается в разработке рекомендаций по улучшению ценовой политики и стратегии компании, 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				
ПК 2.3 ОК 02	Н 2.3.1 проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров с использованием					

ОК 03 ОК 05	информационных интеллектуальных технологий	меры по повышению эффективности ценовой политики. Задание:
ПК 2.4 ОК 02 ОК 03 ОК 05	Н 2.4.1 установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешнем рынках Н 2.4.2 установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем рынке	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 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, диаграммы) 6. Разработка бизнес-плана деятельности предпринимательской единицы.
ВД 3 Организация и осуществление интернет-маркетинга		
ПК 3.1 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.1.1 проведения технического анализа веб-сайта; Н 3.1.2 проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) и визуально-эстетического решения веб-сайта; Н 3.1.3 проведения нормативно-правового аудита веб-сайта	Отчет по практике Задание 1. Контент-анализ аккаунта в социальной сети Выполните анализ контента сообщества социальной сети по направлению (на выбор): личный блог, бьюти-блог, профессиональное сообщество, спортивный блог, маркетинг и продажи, развлекательное сообщество.
ПК 3.2 ОК 01	Н 3.2.1 проведение анализа результатов работы поисковых систем по ключевым запросам пользователей;	1. Определите целевую аудиторию сообщества согласно пользовательским задачам. 2. Опишите основные типы контента, которые присутствуют в сообществе.

ОК 02 ОК 03	Н 3.2.2 проведение анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Н 3.2.3 определение стратегии поискового продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».	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 собственных идей контента. 6. Сделайте выводы относительно соответствия контента сообщества интересам целевой аудитории. Задание выполняется в формате doc.
ПК 3.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.3.1 разработка стратегии проведения различных рекламных кампаний в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»; Н 3.3.2 настройка и запуск различных рекламных кампаний в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на различных интернет-площадках.	Задание 2. Проанализируйте информацию, размещенную в социальной сети Вконтакте: https://vk.com/feed (Одноклассники: https://ok.ru/). По какому принципу формируются группы в сети?
ПК 3.4 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.4.1 настройки и запуски рекламных кампаний в социальных медиа.	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?
ПК 3.5 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.5.1 составление технических заданий на осуществление комплекса мероприятий по продвижению в сети Интернет в соответствии с требованиями заказчика.	3. Каковы возможности индивидуального участника сети воздействовать на «умы и сердца» других участников? Задание 3. «Интернет-блог любителей космоса»
ПК 3.6 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н 3.6.1 анализ эффективности рекламных интернет-кампаний; Н 3.6.2 составление отчетов по результатам реализации стратегий продвижения интернет-ресурсов.	Интернет-блог любителей космоса создан в 2017 году на базе социальной сети «Вконтакте» в качестве сообщества на базе WIX.com: https://lilya1997.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 счёт музыкальных материалов. Задание 4. Компании, занимающейся продажей и ремонтом велосипедов (URALBIKE INZER 26: диаметр колес: 26”, количество скоростей: 7, цена: 18000 руб.) в мае планирует закупку большой партии велосипедов. В связи с этим необходимо: Проанализировать спрос на соответствующий товар (работу, услугу), оформив в виде таблицы, используя онлайн офисные средства или локальное программное обеспечение для редактирования текстовых документов, таблиц и презентаций (продажа и ремонт велосипедов). Сделать обоснованный вывод о динамике спроса (продажа и ремонт велосипедов). Исходя из динамики спроса и цен конкурентов сформулировать цель проведения рекламной компании. Провести сегментацию рынка (минимум 2 сегмента целевой аудитории), составить портрет типичного представителя каждого сегмента (демографические характеристики, психографические характеристики, поведенческие характеристики, потребности и проблемы, предпочтения в коммуникациях - каждая характеристика представлена минимум 2 аспектах) Сформировать контент-план на две недели, используя минимум 3 вида контента (рассылка в

		том числе) еженедельно Сформулировать рекламный текст, где требуется отразить соответствующий заданию товар (работу, услугу) следующими элементами: заголовок, лид-текст (вводный абзац), подзаголовок, основной текст, призыв к действию.
ВД 4 Освоение профессий рабочих, должностей служащих МДК.04.01 Выполнение работ по должности 20032 Агент рекламный		
ПК.4.1 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.1.1 Креативного 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 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:
ПК.4.2 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н4.2.1 Медиапланирования, пользования инструментами и программами для создания рекламных кампаний	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 отчет с выводами. 2. Контакт с производителем рекламы: Свяжитесь с несколькими компаниями-производителями рекламы (предоставлены контакты

ПК.4.3 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н4.3.1 Креативного мышления, аналитическими навыками оформления и создания текстов	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
ВД 4 Освоение профессий рабочих, должностей служащих МДК 04.02 Выполнение работ по должности 23369 Кассир		
ПК.4.4 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.4.1 Выполнения рабочие операции с денежными средствами и ценными бумагами	Отчет по практике. 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 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).
ПК.4.5 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.5.1 Ведения кассовую книгу с собственной кассовой отчетностью	
ПК.4.6 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.6.1 Определения платежности денежных средств	
ПК.4.7 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.7.1 Подготовки денежные средства и ценные бумаги для инкассации	Кейс - задача №2.

ПК.4.8 ОК 01 ОК 02 ОК 03	Н.4.8.1 Осуществления полного цикла рабочих операций на основных видах контрольно-кассовой техники	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 кассовым 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. ☐ Конфеты «Сливочные» - 72р.00коп. ☐ Вафли - 18р.00коп.
-----------------------------------	--	--

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.

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

Все необходимые материалы отчета по практике комплектуются обучающимся согласно внутренней описи документов, находящейся в отчете.

Приложения представляют собой материал, подтверждающий выполнение заданий на практике (графические, аудио-, фото-, видеоматериалы, наглядные образцы изделий, 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.

Требования к оформлению отчета по практике представлены в методических указаниях по учебной практике.

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.