

Нестеренко
Ирина Юрьевна

Подписано цифровой
подписью: Нестеренко Ирина
Юрьевна
Дата: 2026.10.16 09:31:11
+05'00'

СОГЛАСОВАНА

Рецензент:
коммерческий директор
ООО «УСМЗ»



М.С. Зубков

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора Ур СЭИ (филиал)
ОУП ВО «АТиСО» по УВР

О.В. Зубкова

«22» сентября 2026 г.

**ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ
ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

**СПЕЦИАЛЬНОСТЬ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ**

38.02.08 Торговое дело
(код профессии, специальности СПО)

Специалист торгового дела
(наименование квалификации)

Кафедра: менеджмента и управления персоналом

Разработчики программы: к.э.н., доцент кафедры МиУП Маскайкина Е.В.

Оглавление

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	3
2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ	3
2.1 Место производственной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена.....	3
2.2. Цель и задачи производственной практики.....	3
2.3. Результаты прохождения практики.....	3
3. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ, В НЕДЕЛЯХ	8
4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....	8
5. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ	10
6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	11
6.1 Основная литература	11
6.2. Ресурсы сети Интернет	11
7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ.....	14
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	15

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее ФГОС) по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, квалификация Специалист торгового дела и является частью профессиональных модулей ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли, ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ

2.1. Место производственной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена

Программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ) по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело в части освоения основных видов профессиональной деятельности:

- организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли;
- осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

Производственная практика проводится в учебных, учебно-производственных мастерских, лабораториях, учебных базах практики и иных структурных подразделениях Института, либо в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее – организация), и Институт.

Производственная практика проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла.

2.2. Цель и задачи производственной практики

Производственная практика направлена на обобщение и систематизацию знаний и навыков работы по дисциплинам учебных циклов, а также профессиональных модулей. Производственная практика предусмотрена графиком учебного процесса в течение семнадцати недель в рамках профессиональных модулей специальности.

Цель производственной практики:

формирование в условиях реального предприятия профессиональных компетенций, позволяющих успешно выполнять основные виды профессиональной деятельности.

Задачи производственной практики:

- закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения и прохождения производственной практики профессиональных умений обучающимся по изучаемой профессии;
- ознакомление с современными производственными процессами в организациях, соответствующих профилю специальности;
- приобретение навыков взаимодействия в профессиональном коллективе;
- адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм.

Поставленные цели достигаются путем знакомства обучающихся с работой различных предприятий, организаций, учреждений, независимо от их организационно - правовых форм.

2.3. Результаты прохождения практики

Результатом производственной практики является освоение компетенций (или их части):

В ходе производственной практики обучающийся должен овладеть следующими видами деятельности:

Вид профессиональной деятельности: Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли

Выпускник, освоивший программу учебной практики по данному виду профессиональной деятельности, должен обладать следующими профессиональными компетенциями (далее - ПК), соответствующими основным видам деятельности согласно ФГОС СПО:

ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

ПК 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.

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

ПК 2.4 Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.

ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.

Таким образом, в результате освоения программы учебной практики по данному виду профессиональной деятельности, обучающийся должен:

Иметь практический опыт:

- выявления проблем и формулирования целей исследования;
- планирования проведения маркетингового исследования;
- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.

Уметь:

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;

- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;
- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- предлагать идеи для дальнейшего развития;
- применять методы принятия оптимальных решений;
- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
- использовать методы экономического анализа;

Знать:

- составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- методы проведения маркетингового исследования;
- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;

Вид профессиональной деятельности: Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

Выпускник, освоивший программу учебной практики по данному виду профессиональной деятельности, должен обладать следующими профессиональными компетенциями (далее - ПК), соответствующими основным видам деятельности согласно ФГОС СПО:

ПК 3.1. Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.

ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.

ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.

ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса.

ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 3.7. Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное

сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

Таким образом, в результате освоения программы учебной практики по данному виду профессиональной деятельности, обучающийся должен:

Иметь практический опыт:

- формирования и актуализации клиентской базы;
- проведения мониторинга деятельности конкурентов;
- соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
- использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;
- сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
- мониторинг и контроль выполнения условий договоров;
- анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
- выполнения запланированных показателей по объему продаж;
- разработки программ по повышению лояльности клиентов;
- разработки мероприятий по стимулированию продаж;
- контроля состояния товарных запасов;
- информационно-справочного консультирования клиентов;
- контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
- обеспечения соблюдения стандартов организации.

Уметь:

- работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
- вести и актуализировать базу данных клиентов;
- формировать отчетную документацию по клиентской базе;
- анализировать деятельность конкурентов;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- осуществлять мероприятия по размещению заказа;
- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;
- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
- соблюдать конфиденциальность информации;
- предоставлять клиенту достоверную информацию;
- корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;

- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;
- планировать объемы собственных продаж;
- оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж;
- разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности;
- разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента;
- анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров;
- анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники;
- анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов;
- вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию;
- вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов;
- составлять отчетную документацию по продажам;
- разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;
- инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений;
- инициативно вести диалог с клиентом;
- резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- разрабатывать рекомендации для клиента;
- собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;
- анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента;
- проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж;
- вести деловую переписку с клиентами и партнерами.

Знать:

- методики выявления потребностей клиентов;
- технику продаж;
- методики проведения презентаций;
- потребительские свойства товаров;
- требования и стандарты производителя;
- принципы и порядок ведения претензионной работы;
- ассортимент товаров;
- стандарты организации;
- стандарты менеджмента качества;
- гарантийную политику организации;
- специализированные программные продукты;
- методики позиционирования продукции организации на рынке;
- методы сегментирования рынка;
- методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
- законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;
- приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;
- основы организации послепродажного обслуживания.

3. ОБЪЕМ ПРАКТИКИ И ЕЕ ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ В АКАДЕМИЧЕСКИХ ИЛИ АСТРОНОМИЧЕСКИХ ЧАСАХ, В НЕДЕЛЯХ

Практика является обязательным разделом ППССЗ. Она представляет собой вид учебных занятий, обеспечивающих практико-ориентированную подготовку обучающихся. При реализации программы подготовки специалистов среднего звена предусматривается два вида практики: учебная и производственная.

Общий объем времени на проведение производственной практики определяется ФГОС СПО и учебным планом образовательной организации.

Производственная практика проходит непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между содержанием производственной практики и результатами обучения в рамках модулей по видам профессиональной деятельности.

Производственная практика, проводится при освоении обучающимися профессиональных компетенций в рамках профессиональных модулей и реализуются концентрированно.

Производственная практика может проводиться в образовательном учреждении или на предприятии, согласно заключенному договору.

Общая трудоемкость производственной практики составляет:

Профессиональный модуль	Семестр Очная форма 1г.10 мес./2г.10 мес.	Семестр Заочная форма 2г.8 мес./3г.8 мес.	Часы	Недели
ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	4/6	6/8	72	2
ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	4/6	6/8	108	3

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Руководитель практики от Института разрабатывает задание на практику каждого вида для каждого студента и согласовывает его с руководителем практики от организации, с которой заключен договор на организацию и проведение практики. Задание на практику выдается каждому студенту до начала проведения подготовительного этапа практики.

Тематический план производственной практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Содержание работ	Объем времени, отводимый на практику
ПК 2.1-2.8	ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	Вводный инструктаж. Инструктаж по технике безопасности. Знакомство со структурой, организацией, нормативно-правовыми документами, регламентирующими деятельность организации (предприятия), изучение правил внутреннего распорядка и должностных инструкций. Формирование план прохождения практики совместно с руководителем практики от организации.	72

		Выполнение заданий по поручению руководителя практики организации: исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям; анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации; определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках; исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий; сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование; подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. Подготовка отчета. Оформление раздела отчета по практике.	
ПК 3.1-3.8	ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	Вводный инструктаж. Инструктаж по технике безопасности. Знакомство со структурой, организацией, нормативно-правовыми документами, регламентирующими деятельность правоохранительного органа, изучение правил внутреннего распорядка и должностных инструкций. Выполнение заданий по поручению руководителя практики организации: анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг торгового предприятия; анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности; мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов; урегулирование спорных	108

		вопросов, претензий; разработка мероприятий по выполнению плана продаж; формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов; выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов; разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания. Подготовка отчетных материалов о прохождении практики. Защита отчета по учебной практике.	
--	--	--	--

КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Промежуточная аттестация по практике: дифференцированный зачет.

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики от Института в процессе наблюдения, а также по итогам выполнения обучающимся заданий. Оценка заданий производится очно, с участием экзаменуемого по 5-ти бальной системе. Оценка работы студента за практику основывается на качестве доклада, правильности оформления и качестве содержания отчёта, ответах на вопросы, деятельности в период практики. Оценка одновременно проставляется в зачётной книжке и зачётной ведомости.

Критерии оценки:

Оценка	Критерий
Отлично	Изложение материалов полное, последовательное, грамотное. Отчет написан аккуратно, без исправлений. Индивидуальное задание и задание по практике (задачи) выполнены. Приложения логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена. Отзыв положительный.
Хорошо	Изложение материалов полное, последовательное в соответствии с требованиями программы. Допускаются единичные грамматические и стилистические ошибки. Оформление аккуратно. Приложения в основном связаны с текстовой частью. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена. Отзыв положительный.
Удовлетворительно	Изложение материалов неполное. Оформление не аккуратно. Текстовая часть отчета не везде связана с приложениями. Отчет сдан в установленный срок. Программа практики выполнена не в полном объеме. Отзыв положительный.
Неудовлетворительно	Изложение материалов неполное, бессистемное. Существуют ошибки, оформление неаккуратное. Приложения отсутствуют. Отчет сдан в установленный срок. Отзыв отрицательный. Программа практики не выполнена.

Обучающиеся, не выполнившие без уважительной причины требования программы практики или получившие неудовлетворительную оценку, считаются имеющими академическую задолженность. В случае уважительной причины, студенты повторно направляются на практику, в свободное от учебы время.

5. ФОРМЫ ОТЧЕТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Аттестация по итогам производственной практики проводится с учетом (или на основании) результатов ее прохождения, подтверждаемых документами соответствующих

организаций.

По результатам практики обучающимся составляется отчет с соблюдением типового содержания, который утверждается организацией (Приложение 1). В период прохождения практики согласно полученному заданию (Приложение 2) обучающимся ведется дневник практики (Приложение 3).

Требования к содержанию и оформлению отчета

В текстовом отчёте должны быть представлен текст самого задания и ответ на него.

Структура отчета:

- титульный лист (приложение 1);
- содержание;
- введение 1 – 2стр.;
- текстовая и графическая часть отчета – от 10 стр.;
- заключение 1 - 2 стр.;
- список использованных источников;
- приложения.

В качестве приложения к отчету практики обучающийся оформляет графические, табличные, фото-, материалы, исходную документацию предприятия, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

По результатам практики руководителями практики от организации и от Института формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций (Приложение 4), а также характеристика на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики (Приложение 5).

Практика завершается дифференцированным зачетом при условии положительного аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и от Института об уровне освоения профессиональных компетенций; наличия положительной характеристики организации на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику.

Оценка за практику выставляется в ведомость и заносится в зачетную книжку студента за подписью руководителя практики от Института.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются, на практику вторично, в свободное от учебы время.

Обучающиеся, не прошедшие практику или получившие неудовлетворительную оценку, не допускаются к прохождению государственной итоговой аттестации.

6. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

6.1 Основная литература

ПМ.02

1. Шевченко, Д. А. Маркетинговые исследования : учебник : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 372 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=705381> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3797-1. – DOI 10.23681/705381. – Текст : электронный.
2. Плотникова, Ю. С. Маркетинговые исследования : учебное пособие : [16+] / Ю. С. Плотникова ; ред. М. А. Болдырева ; Омский государственный технический университет. – Омск : Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2021. – 128 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700644> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-8149-3323-2. – Текст : электронный.
3. Сафронова, Н. Б. Маркетинговые исследования : учебное пособие / Н. Б. Сафронова, И. Е.

- Корнеева. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 293 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720197> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05145-6. – Текст : электронный.
4. Пивоварова, Г. Б. Методы ценообразования в коммерции : учебное пособие : [16+] / Г. Б. Пивоварова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2020. – 74 с. : табл., схем., граф. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615240> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7972-2819-6. – Текст : электронный
 5. . Магомедов, М. Д. Ценообразование : учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, В. В. Строев. – 8-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 244 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720242> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05984-1. – Текст : электронный.
 6. Князева, И. Г. Ценообразование : практикум для бакалавриата : [16+] / И. Г. Князева, Д. О. Анофриков ; Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского. – Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОмГУ), 2024. – 43 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=719594> (). – Библиогр. – ISBN 978-5-7779-2706-4. – Текст : электронный
 7. Газизова, О. В. Бизнес-планирование на предприятиях пищевой отрасли : учебное пособие : [16+] / О. В. Газизова, Г. Р. Стрекалова ; Казанский национальный исследовательский технологический университет. – Казань : Казанский национальный исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2021. – 164 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=701373> (). – Библиогр.: с. 149-150. – ISBN 978-5-7882-3095-5. – Текст : электронный.
 8. Сукало, Г. М. Организация и планирование производства : учебник : [16+] / Г. М. Сукало. – Москва : Директ-Медиа, 2024. – 252 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712374> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-4324-8. – DOI 10.23681/712374. – Текст : электронный.
 9. Савкина, Р. В. Планирование на предприятии : учебник / Р. В. Савкина. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 320 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710038> (). – Библиогр.: с. 314-315. – ISBN 978-5-394-05146-3. – Текст : электронный.

ПМ.03

1. Памбухчиянц, О. В. Основы коммерческой деятельности : учебник / О. В. Памбухчиянц. – 5-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 260 с. : табл. – (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720255> . – ISBN 978-5-394-05058-9. – Текст : электронный.
2. Памбухчиянц, О. В. Организация и технология розничной торговли : учебник / О. В. Памбухчиянц. – 4-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 148 с. : ил., табл. – (Среднее профессиональное образование). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720342> . – ISBN 978-5-394-05462-4. – Текст : электронный.
3. Дашков, Л. П. Коммерция и технология торговли : учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц, О. В. Памбухчиянц. – 14-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 348 с. : схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720321> . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05774-8. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

ПМ.02

1. Лунева, Е. А. Маркетинговые исследования : теоретические и практические аспекты : учебное пособие : [16+] / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва. – Москва : Прометей, 2020. – 159 с. : схем., ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-907244-41-2. – Текст : электронный.
2. Синяева, И. М. Маркетинг в торговле : учебник / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев ; под ред. Л. П. Дашкова. – 8-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 394 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711145> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05667-3. – Текст : электронный.
3. Шевченко, Д. А. Маркетинг услуг : учебник для вузов : [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва : Директ-Медиа, 2023. – 192 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=700362> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-3613-4. – DOI 10.23681/700362. – Текст : электронный.
4. Управление маркетингом : учебник и практикум / С. В. Карпова, Г. А. Гадиев, Д. А. Жильцов [и др.] ; под общ. ред. С. В. Карповой, Д. В. Тюрина. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2023. – 366 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=710101> (). – Библиогр.: с. 356-361. – ISBN 978-5-394-05444-0. – Текст : электронный.
5. Парамонова, Т. Н. Маркетинг торгового предприятия : учебник / Т. Н. Парамонова, И. Н. Красюк, В. В. Лукашевич ; под ред. Т. Н. Парамоновой. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 282 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720229> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05521-8. – Текст : электронный
6. Руденко, Л. Г. Планирование и проектирование организаций : учебник / Л. Г. Руденко. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 240 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684226> (). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02497-9. – Текст : электронный.
7. Солдаткина, О. В. Экономика и управление малым бизнесом : учебное пособие : [12+] / О. В. Солдаткина. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 328 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602382> (). – Библиогр.: с. 306-309. – ISBN 978-5-4499-1907-6. – Текст : электронный.
8. Рубин, Ю. Б. Конкуренция в предпринимательстве : учебник для студентов, обучающихся по образовательным программам по направлениям подготовки «Менеджмент», «Экономика» : [16+] / Ю. Б. Рубин. – 9-е изд., перераб. и доп. – Москва : Университет Синергия, 2023. – 896 с. – (Университетская серия). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=718856> (). – Библиогр.: с. 839-875. – ISBN 978-5-4257-0546-4. – DOI 10.37791/978-5-4257-0546-4-2023-1-896. – Текст : электронный.

ПМ.03

1. Пахомова, Н. Г. Организация и технология розничной торговли : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 63 с. — ISBN 978-5-00175-117-5, 978-5-4488-1517-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121368.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: <https://doi.org/10.23682/121368>
2. Рябкова, Д. С. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров :

- учебник для СПО / Д. С. Рябова, Г. Г. Левкин. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2023. — 226 с. — ISBN 978-5-4488-1053-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131419.html> . — Режим доступа: для авторизир. пользователей
3. Диева, М. Г. Правовое регулирование потребительского рынка в Российской Федерации : учебное пособие / М. Г. Диева, Т. М. Лаврик, В. А. Субочева ; Тамбовский государственный технический университет. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет (ТГТУ), 2020. — 82 с. : табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720613> . — Библиогр. в кн. — ISBN 978-5-8265-2285-1. — Текст : электронный.

6.2. Ресурсы сети Интернет

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн»: [http:// biblioclub.ru](http://biblioclub.ru)
2. Цифровой образовательный ресурс IPR SMART <https://www.iprbookshop.ru/132581.html>
3. ЭБС «Znanium» <https://znanium.com/>
4. Общий перечень периодики ЭБС.- [Электронный ресурс].- http://biblioclub.ru/index.php?page=razdel_red&sel_node=1380
5. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» - <http://www.consultant.ru>

7. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

Материально-техническое обеспечение практики должно быть достаточным для достижения целей практики и должно соответствовать действующим санитарным и противопожарным нормам, а также требованиям техники безопасности при проведении учебных и научно-производственных работ.

Студентам должна быть обеспечена возможность доступа к информации, необходимой для выполнения задания по практике и написанию отчета.

Организации, учреждения и предприятия, а также учебно-научные подразделения Института должны обеспечить рабочее место студента компьютерным оборудованием, в объемах, достаточных для достижения целей практики.

Оборудование производственной практики:

- инструктивный материал;
- бланковый материал;
- комплект учебно-методической документации
- другие материалы, используемые при прохождении практики

Методическое обеспечение:

- посадочные места по количеству обучающихся с возможностью выполнения лабораторных и практических занятий, включая как обязательный компонент практические задания с использованием персональных компьютеров;

- рабочее место в компьютерном классе для каждого обучающегося;
- необходимый комплект лицензионного программного обеспечения;
- рабочее место преподавателя.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

УТВЕРЖДАЮ

(наименование организации)

(должность лица, имеющего право подписи)

(подпись)

(инициалы и фамилия)

М.П.

«__» _____ 20__ г.

ОТЧЕТ

ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**

**ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

Студента _____
(Ф.И.О. студента)

_____ курса _____ формы обучения

учебная группа № _____

Место прохождения практики

(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Срок прохождения практики: с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Руководители практики:

От Института _____
(Ф.И.О., должность)

От организации _____
(Ф.И.О., должность)

ТИПОВОЕ СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

1. ВВЕДЕНИЕ (цель, задачи производственной практики, объект практики – предприятие, предмет производственной практики).

2. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ.

Описываются этапы прохождения практики, согласно выданному заданию, выполненные работы и результаты, достигнутые в ходе практики.

3. ЗАКЛЮЧЕНИЕ (выводы)

В заключении подводятся итоги прохождения практики.

4. СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

5. ПРИЛОЖЕНИЯ

Руководитель практики от Института

_____	_____	_____
(должность)	(подпись)	(инициалы и фамилия)

Руководитель практики от организации

_____	_____	_____
(должность)	(подпись)	(инициалы и фамилия)

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

**УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ПРОФСОЮЗОВ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»**

Кафедра менеджмента и управления персоналом
Специальность 38.02.08 Торговое дело

**ЗАДАНИЕ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ
ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

Студента _____
(Ф.И.О. студента)

_____ курса _____ формы обучения

учебная группа № _____

Место прохождения практики

_____ *(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)*

Срок прохождения практики: с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Цель и задачи практики:

Исходные данные: Программа и методические указания (при наличии) по производственной практике по профессиональному модулю:

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ
ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

Индивидуальное задание на практику:

№ п/п	Содержание практики	Планируемые результаты (ПК)

Дата выдачи задания «__» _____ 20__ г.

Задание принял к исполнению «_____» _____ 20__ г.

Срок сдачи отчета: _____

Руководитель практики

от Института _____
(Ф.И.О., должность)

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель практики

от организации _____
(Ф.И.О., должность)

**УРАЛЬСКИЙ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ПРОФСОЮЗОВ ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ «АКАДЕМИЯ ТРУДА И СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ»**

Кафедра менеджмента и управления персоналом
Специальность 38.02.08 Торговое дело

**ДНЕВНИК
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ
ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И
КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ**

Студента _____
(Ф.И.О. студента)

_____ курса _____ формы обучения

учебная группа № _____

Место прохождения практики

(указывается полное наименование организации в соответствии с уставом)

Срок прохождения практики: с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

Студент _____
(подпись)

(инициалы и фамилия)

[illegible]

От Института _____
(Ф.И.О., должность)

От организации _____
(Ф.И.О., должность)

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Студента _____
(Ф.И.О. студента)

Обучающегося (аяся) на _____ курсе по специальности:

38.02.08 Торговое дело

Студент _____ проходил(а) производственную практику по видам деятельности профессионального модуля:

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

В объеме _____ часов в период с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

В организации _____
Наименование организации, юридический адрес

Уровень освоения обучающимся профессиональных компетенций

Осваиваемые компетенции	Уровень, определяемый руководителем от Института			Уровень, определяемый руководителем от организации		
	Минимальный	Базовый	Высокий	Минимальный	Базовый	Высокий
Указываются только профессиональные компетенции (только они)						
Пример ПК.2.1						

Оценка практики: _____

Руководитель практики
от Института: _____
(оценка) (подпись)

Оценка практики: _____

Руководитель практики
от организации: _____
(оценка) (подпись)

«___» _____ 20__ г.

Описание показателей, критериев и уровней оценивания компетенций

Показатели оценивания	Критерии оценивания компетенций	Уровень освоения компетенции
Понимание смысла компетенции	Имеет базовые общие знания в рамках диапазона выделенных задач.	Минимальный уровень
	Понимает факты, принципы, процессы, общие понятия в пределах области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию.	Базовый уровень
	Имеет фактические и теоретические знания в пределах области исследования с пониманием границ применимости.	Высокий уровень
Освоение компетенции в рамках прохождения производственной практики	Наличие основных умений, требуемых для выполнения простых задач. Способен применять только типичные, наиболее часто встречающиеся приёмы по конкретной сформулированной (выделенной) задаче.	Минимальный уровень
	Имеет диапазон практических умений, требуемых для решения определённых проблем в области исследования. В большинстве случаев способен выявить достоверные источники информации, обработать, анализировать информацию.	Базовый уровень
	Имеет широкий диапазон практических умений, требуемых для развития творческих решений, абстрагирования проблем. Способен выявить проблемы и умеет находить способы решения, применяя современные методы и технологии.	Высокий уровень
Способность применять на практике знания, полученные в ходе изучения дисциплины	Способен работать при прямом наблюдении. Способен применять теоретические знания к решению конкретных задач.	Минимальный уровень
	Может взять на себя ответственность за завершение задач в исследовании, приспосабливает своё поведение к обстоятельствам в решении проблем. Затрудняется в решении сложных, неординарных проблем, не выделяет типичных ошибок и возможных сложностей при решении той или иной проблемы.	Базовый уровень
	Способен контролировать работу, проводить оценку, совершенствовать действия работы. Умеет выбрать эффективный приём решения задач по возникающим проблемам.	Высокий уровень

Оценка за прохождение практики выставляется в соответствии с формой контроля, установленной в учебном плане по специальности.

ХАРАКТЕРИСТИКА НА ОБУЧАЮЩЕГОСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ОБЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ В ПЕРИОД ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

На студента _____ курса _____ группы _____ формы обучения

ФИО студента

Специальность **38.02.08 Торговое дело**

За период прохождения производственной практики по профессиональному модулю:

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ

ПМ.03 ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРОДАЖ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ И КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ С КЛИЕНТАМИ

в период с «___» _____ 20__ г. по «___» _____ 20__ г.

в _____
(полное наименование организации)

Студент _____

проявил такие качества, как:

-

И т.д.

освоил общие компетенции:

Наименование общих компетенций	Уровень освоения		
	Минимальный	Базовый	Высокий

получил практический опыт, умения и навыки:

-

-

И т. д.

Далее указывается замечания и рекомендации, которые необходимо отработать в процессе учебы в следующих семестрах

Руководитель практики:

От организации _____
(Ф.И.О., должность)