

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Московский политехнический университет» (Московский Политех)

**Ивантеевский филиал
Московского политехнического университета**

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала

_____ Н.А.Барышникова

« 04 » _____ июля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

практической подготовки в форме учебной практики
для специальности среднего профессионального образования

38.02.08

код специальности

Торговое дело

2024 год

Рабочая программа учебной практики разработана на основе Федерального

государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.08 Торговое дело (утверждён приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 № 548, зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 74906).

Организация-разработчик: Ивантеевский филиал Московского политехнического университета

Разработчик: Т.Е. Трофимчук, преподаватель

РАССМОТРЕНО

На заседании цикловой комиссии Экономики и управления
(Протокол № 11 от «26» июня 2024 г.)

Председатель _____ Е.К. Лобашевская

© Ивантеевский филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский политехнический университет», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. Паспорт программы практической подготовки в форме учебной практики	4
2. Результаты освоения программы практической подготовки в форме учебной практики	17
3. Тематический план и содержание практической подготовки в форме учебной практики	20
4. Условия реализации программы практической подготовки в форме учебной практики	25
5. Контроль и оценка результатов освоения программы практической подготовки в форме учебной практики	26

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

1.1. Область применения программы:

Рабочая программа практической подготовки в форме учебной практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

в части освоения квалификации: Специалист торгового дела

и основных видов деятельности (ВД):

- Организация и осуществление торговой деятельности;
- Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров
- Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

1.2. Цели и задачи практической подготовки в форме учебной практики:

– формирование у обучающихся практических умений (приобретение практического опыта) в рамках освоения профессиональных модулей ОПОП СПО по основным видам профессиональной деятельности и необходимых для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения учебной практики

В результате прохождения учебной практики по видам профессиональной деятельности обучающийся должен уметь:

ВД	Требования к умениям (практическому опыту)
Организация и осуществление торговой деятельности	владеть навыками: – поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; – проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; – обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей); – составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации; – подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного

	внешнего рынка; – проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков; – подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; – оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; – мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; – установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; – составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов; – формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; – составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; – осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; – публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); – публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; – организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов; – направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта; – проведения предварительного анализа поступающих
--	---

	коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; – составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); – документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; – подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; – формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; – обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; – формирования проекта внешнеторгового контракта; – осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; – подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом; – подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; – сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; – мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; – подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту; – выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; – организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; – приемки товаров по количеству и качеству; – соблюдения правил охраны труда. уметь: – пользоваться современными поисковыми системами для
--	---

	сбора информации о внешних и внутренних рынках; – проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; – анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; – создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов. – применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; – осуществлять выбор поставщиков; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств; – создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; – обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; – работать в единой информационной системе; – применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обосновывать начальную (максимальную) цену закупки; – описывать объект закупки; – разрабатывать закупочную документацию;
--	---

	– работать в единой информационной системе; – взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий; – анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры; – формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; – проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); – классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; – разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; – осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; – осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; – подготавливать коммерческие предложения, запросы; – оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов; – составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; – осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать
--	---

	технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; – осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; – проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; – осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); – использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; – применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; – применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; – управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; – оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; – применять электронный документооборот; – осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций. – применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.
Товароведение и организация экспертизы	владеть навыками: – применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров;

качества потребительских товаров	– решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий; – применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; – применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; – осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров; – выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров; – разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров; – выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использование современных баз данных; – организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов; – оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации; – регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; – систематизации данных о фактическом уровне качества товаров; – оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; – анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий. уметь:
---	---

	– применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – применять документы в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия в профессиональной деятельности; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации; – реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров; – обобщать и анализировать современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов; – организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты; – анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологии; – формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; – применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.
--	--

Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	владеть навыками: – сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; – поиска и выявления потенциальных клиентов; – формирования и актуализации клиентской базы; – проведения мониторинга деятельности конкурентов; – определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; – формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; – информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; – закрытия сделок; – 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; – информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – контроля состояния товарных запасов; – анализа выполнения плана продаж; – 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; – планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; – вести реестр реквизитов клиентов; – использовать программные продукты; – планировать объемы собственных продаж; – устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; – использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; – формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; – планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; – использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; – предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; – опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – работать с возражениями клиента; – применять техники по закрытию сделки; – суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; – 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 баланс интересов клиента и организации; – обеспечивать соблюдение требований охраны; – разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; – собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; – планировать работу по выполнению плана продаж; – анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; – анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; – анализировать возможности увеличения объемов продаж; – планировать и контролировать поступление денежных средств; – 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; – анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; – обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; – анализировать оборачиваемость складских остатков; – 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; – использовать программные продукты.
--	---

**1.4. Количество часов на освоение рабочей программы
практической подготовки в форме учебной практики:**

Всего – 216 часов,

в том числе: в рамках освоения ПМ.01 – 72 часа,

в рамках освоения ПМ.02 – 72 часа,

в рамках освоения ПМ.03 – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения рабочей программы учебной практики является сформированность у обучающихся практических профессиональных умений в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по основным видам деятельности (ВД):

- Организация и осуществление торговой деятельности;
 - Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров;
 - Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами,
- в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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
ПК 1.2.	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
ПК 1.3.	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
ПК 1.4.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
ПК 1.5.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
ПК 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров	
ПК 2.1.	Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий
ПК 2.2.	Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров
ПК 2.3.	Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения
ПК 2.4.	Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров
ПК 2.5.	Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и

	межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
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
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план учебной практики

Коды профессиональных компетенций	Наименования профессионального модуля	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов
1	2	3	4
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6	Организация и осуществление торговой деятельности	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	46
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6		Раздел 2. Организация и осуществление продаж	12
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3		Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	12
Промежуточная аттестация по учебной практике по ПМ.01 в форме дифференцированного зачёта			2
Всего часов по учебной практике:			72
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 01, ОК 03	Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров	Раздел 1. Основы товароведения	18
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 07, ОК 09		Раздел 2. Товароведение потребительских товаров	18
ПК 2.4, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09		Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	18
ПК 2.5, ОК 02, ОК 05, ОК 09		Раздел 4. Управление ассортиментом товаров	16
Промежуточная аттестация по учебной практике по ПМ.02 в форме дифференцированного зачёта			2
Всего часов по учебной практике:			72
ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3; ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6;	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	70

ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.			
Промежуточная аттестация по учебной практике по ПМ.03 в форме дифференцированного зачёта			2
Всего часов по учебной практике:			72
Всего часов			216

3.2. Содержание учебной практики

Код и наименование профессиональных модулей (ПМ), разделов ПМ (междисциплинарных курсов (МДК)) и тем	Содержание учебного материала		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
ПМ. 01 Организация и осуществление торговой деятельности				
Раздел 1. Организация торговой-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках			<u>46</u>	
Тема 1.1 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	Содержание		<u>46</u>	
	1.	Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. Документальное оформление отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; Подготовка алгоритма по организации претензионной работы		2
Раздел 2. Организация и осуществление продаж			<u>12</u>	
Тема 2.1 Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов	Содержание		<u>12</u>	
	1.	Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей		2
Раздел 3 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд			<u>12</u>	

Тема 3.1 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Содержание		12
	1.	Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта.	2
Промежуточная аттестация по учебной практике по ПМ.01 в форме дифференцированного зачёта			2
ПМ. 02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров			
Раздел 1. Основы товароведения	Содержание		<u>18</u>
	1.	Установление количества ступеней классификации и их наименований для кодов товаров, установленных общероссийским классификатором продукции. Идентификация товаров по штриховому коду (ШК)	6
	2.	Исследование номенклатуры потребительских свойств продовольственных товаров и показателей качества товаров. Исследование номенклатуры потребительских свойств непродовольственных товаров. Правила отбора проб при выборочном контроле качества товарных партий.	6
	3.	Выбор рациональных способов размещения товаров на хранение и регулирования режима их хранения для обеспечения сохранности. Расчет фактических и нормируемых потерь и разработка мероприятий по их сокращению. Анализ структуры и информации на маркировке товаров. Исследование порядка маркировки товаров в системе «Честный ЗНАК».	6
Раздел 2. Товароведение потребительских товаров	Содержание		<u>18</u>
	1.	Особенности маркировки продовольственного товара однородной группы (подгруппы). Анализ маркировка непродовольственных товаров	6
	2.	Определение градации качества продовольственного товара однородной группы (подгруппы). Выявление дефектов (пороков) и определение градации качества (сортности) одежно-обувных товаров	6
	3.	Расчет естественной убыли продовольственных товаров. Особенности работы в системе «Честный Знак».	6
Раздел 3 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	Содержание		<u>18</u>
	1.	Применение правил отбора проб при выборочном контроле качества товарных партий продовольственного / непродовольственного товара.	6
	2.	Определение объема выборки (проб), приёмочных и браковочных чисел товарных партий и расчет приёмочного уровня дефектности партии продовольственного /непродовольственного товара.	6
	3.	Документальное оформление приемки товаров по количеству и качеству.	6

Раздел 4 Управление ассортиментом товаров	Содержание		<u>16</u>	
	1.	Расчет основных показателей ассортимента розничного магазина	4	2
	2.	Совмещенный ABC- и XYZ-анализ ассортимента розничного магазина	4	
	3.	Выполнение расчетов для внедрения принципов категорийного менеджмента с применением специализированных программных продуктов	6	
Промежуточная аттестация по учебной практике по ПМ.02 в форме дифференцированного зачёта			2	
ПМ. 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами				
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	Содержание		<u>72</u>	
	1.	Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности	6	2
	2.	Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	6	
	3.	Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	6	
	4.	Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж.	6	
	5.	Составление отчетной документации по продажам.	6	
	6.	ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	6	
	7.	Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	6	
	8.	Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	6	
	9.	Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров	6	
	10.	Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	8	
	11.	Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	8	
Промежуточная аттестация по учебной практике по ПМ.03 в форме дифференцированного зачёта			2	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы учебной практики предполагает наличие учебного кабинета автоматизации торгово-технологических процессов, эксплуатации торгово-технологического оборудования и охраны труда и лаборатории автоматизации и цифровизации торговой деятельности.

4.2. Оснащение:

Оборудование учебного кабинета автоматизации торгово-технологических процессов, эксплуатации торгово-технологического оборудования и охраны труда:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- АРМ преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение;
- Технические средства обучения:
 - интерактивная доска
 - компьютер с лицензионным программным обеспечением.

Оборудование лаборатории и рабочих мест лаборатории автоматизации и цифровизации торговой деятельности:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- АРМ преподавателя;
- учебно-методическое обеспечение
- Технические средства обучения:
 - презентационное оборудование
 - принтер.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Учебная практика проводится преподавателями профессионального цикла концентрированно в несколько периодов и рассредоточено

(указать характер проведения учебной (производственной) практики: рассредоточено, концентрированно, концентрированно в несколько периодов)

4.4. Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

- Студенты в период прохождения практики обязаны:
- соблюдать действующие в учебном заведении правила внутреннего трудового распорядка;
 - строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Контроль и оценка результатов освоения учебной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения обучающимися заданий, выполнения практических проверочных работ. В результате освоения учебной практики в рамках профессиональных модулей обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения (практический опыт) в рамках ВД)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ВД - Организация и осуществление торговой деятельности; владеть навыками: – поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; – проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; – обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей); – составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации; – подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; – проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков; – подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; – оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; – мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; – установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; – составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов; – формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; – составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры,	<i>Текущий контроль:</i> Проверка отчета-дневника по практике <i>Итоговый контроль:</i> Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета

организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; – осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; – публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); – публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; – организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов; – направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта; – проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; – составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); – документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; – подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; – формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; – обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; – формирования проекта внешнеторгового контракта; – осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; – подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом; – подготовки документа о приемке результатов	
---	--

отдельного этапа исполнения контракта; – сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; – мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; – подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту; – выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; – организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; – приемки товаров по количеству и качеству; – соблюдения правил охраны труда. уметь: – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; – проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; – анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; – создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов.	
--	--

– применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; – осуществлять выбор поставщиков; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств; – создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; – обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; – работать в единой информационной системе; – применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обосновывать начальную (максимальную) цену закупки; – описывать объект закупки; – разрабатывать закупочную документацию; – работать в единой информационной системе; – взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий; – анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры; – формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; – проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); – классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; – разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; – осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; – осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; – подготавливать коммерческие предложения,	
--	--

запросы; – оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов; – составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; – осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; – осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; – проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; – осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); – использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; – применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; – применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; – управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; – оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; – применять электронный документооборот; – осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием	
--	--

техники эффективных коммуникаций. – применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.	
ВД - Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров;	
владеть навыками: – применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров; – решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий; – применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; – применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; – осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров; – выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров; – разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров; – выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использование современных баз данных; – организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов; – оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие	<i>Текущий контроль:</i> Проверка отчета-дневника по практике <i>Итоговый контроль:</i> Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета

требованиям нормативно-технической документации; – регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; – систематизации данных о фактическом уровне качества товаров; – оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; – анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий. уметь: – применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – применять документы в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия в профессиональной деятельности; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации; – реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров; – обобщать и анализировать современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов;	
---	--

– организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты; – анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологии; – формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; – применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.	
ВД - Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
владеть навыками: – сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; – поиска и выявления потенциальных клиентов; – формирования и актуализации клиентской базы; – проведения мониторинга деятельности конкурентов; – определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; – формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; – информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; – закрытия сделок; – 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;	<i>Текущий контроль:</i> Проверка отчета-дневника по практике <i>Итоговый контроль:</i> Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета

– выполнения запланированных показателей по объему продаж; – разработки программ по повышению лояльности клиентов; – разработки мероприятий по стимулированию продаж; – информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – контроля состояния товарных запасов; – анализа выполнения плана продаж; – 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; – планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; – вести реестр реквизитов клиентов; – использовать программные продукты; – планировать объемы собственных продаж; – устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; – использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; – формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; – планировать и проводить презентацию	
---	--

продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; – использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; – предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; – опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – работать с возражениями клиента; – применять техники по закрытию сделки; – суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; – 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 баланс интересов клиента и организации; – обеспечивать соблюдение требований охраны; – разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; – собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; – планировать работу по выполнению плана продаж; – анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; – анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; – анализировать возможности увеличения объемов продаж; – планировать и контролировать поступление денежных средств; – 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; – анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; – обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков;	
---	--

– анализировать оборачиваемость складских остатков; – 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; – использовать программные продукты.	
--	--

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Московский политехнический университет» (Московский Политех)

**Ивантеевский филиал
Московского политехнического университета**

УТВЕРЖДАЮ
Директор филиала

_____ Н.А.Барышникова

« 04 » _____ июля 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

практической подготовки в форме производственной практики
для специальности среднего профессионального образования

38.02.08
код специальности

Торговое дело

2024 год

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального

государственного образовательного стандарта (далее – ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее СПО) 38.02.08 Торговое дело (утверждён приказом Минпросвещения России от 19.07.2023 № 548, зарегистрировано в Минюсте России 22.08.2023 № 74906).

Организация-разработчик: Ивантеевский филиал Московского политехнического университета

Разработчик: Т.Е. Трофимчук, преподаватель

РАССМОТРЕНО

На заседании цикловой комиссии Экономики и управления
(Протокол № 11 от «26» июня 2024 г.)

Председатель _____ Е.К. Лобашевская

© Ивантеевский филиал федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Московский политехнический университет», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. Паспорт программы практической подготовки в форме производственной практики	4
2. Результаты освоения программы практической подготовки в форме производственной практики	17
3. Тематический план и содержание практической подготовки в форме производственной практики	20
4. Условия реализации программы практической подготовки в форме производственной практики	25
5. Контроль и оценка результатов освоения программы практической подготовки в форме производственной практики	26

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения программы

1.1. Область применения программы:

Рабочая программа практической подготовки в форме производственной практики является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

в части освоения квалификации: Специалист торгового дела

и основных видов деятельности (ВД):

- Организация и осуществление торговой деятельности;
- Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров
- Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

1.2. Цели и задачи практической подготовки в форме производственной практики:

– формирование у обучающихся практических умений (приобретение практического опыта) в рамках освоения профессиональных модулей ОПОП СПО по основным видам профессиональной деятельности и необходимых для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

1.3. Требования к результатам освоения производственной практики

В результате прохождения производственной практики по видам профессиональной деятельности обучающийся должен уметь:

ВД	Требования к умениям (практическому опыту)
Организация и осуществление торговой деятельности	владеть навыками: – поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; – проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; – обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей); – составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации;

	– подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; – проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков; – подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; – оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; – мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; – установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; – составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов; – формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; – составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; – осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; – публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); – публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; – организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов; – направления запросов, приглашений и информации
--	--

	потенциальным участникам внешнеторгового контракта; – проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; – составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); – документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; – подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; – формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; – обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; – формирования проекта внешнеторгового контракта; – осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; – подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом; – подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; – сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; – мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; – подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту; – выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; – организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; – приемки товаров по количеству и качеству; – соблюдения правил охраны труда.
--	--

	уметь: – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; – проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; – анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; – создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов. – применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; – осуществлять выбор поставщиков; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств; – создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; – обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; – работать в единой информационной системе; – применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обосновывать начальную (максимальную) цену закупки; – описывать объект закупки;
--	---

	– разрабатывать закупочную документацию; – работать в единой информационной системе; – взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий; – анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры; – формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; – проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); – классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; – разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; – осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; – осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; – подготавливать коммерческие предложения, запросы; – оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов; – составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; – осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления,
--	---

	системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; – осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; – проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; – осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); – использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; – применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; – применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; – управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; – оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; – применять электронный документооборот; – осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций. – применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи, интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.
Товароведение и организация	владеть навыками: – применения методик идентификации ассортиментной

экспертизы качества потребительских товаров	принадлежности потребительских товаров; – решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий; – применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; – применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; – осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров; – выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров; – разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров; – выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использование современных баз данных; – организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов; – оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации; – регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; – систематизации данных о фактическом уровне качества товаров; – оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; – анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий.
--	---

	уметь: – применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – применять документы в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия в профессиональной деятельности; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации; – реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров; – обобщать и анализировать современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов; – организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты; – анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологии; – формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; – применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – реализовывать мероприятия по предупреждению и
--	--

	сокращению потерь товаров.
Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	владеть навыками: – сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; – поиска и выявления потенциальных клиентов; – формирования и актуализации клиентской базы; – проведения мониторинга деятельности конкурентов; – определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; – формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; – информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; – закрытия сделок; – 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; – информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – контроля состояния товарных запасов; – анализа выполнения плана продаж; – 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; – планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; – вести реестр реквизитов клиентов; – использовать программные продукты; – планировать объемы собственных продаж; – устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; – использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; – формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; – планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; – использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; – предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; – опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – работать с возражениями клиента; – применять техники по закрытию сделки; – суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; – 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 баланс интересов клиента и организации; – обеспечивать соблюдение требований охраны; – разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; – собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; – планировать работу по выполнению плана продаж; – анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; – анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; – анализировать возможности увеличения объемов продаж; – планировать и контролировать поступление денежных средств; – 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; – анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; – обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; – анализировать оборачиваемость складских остатков; – 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; – использовать программные продукты.
--	---

**1.4. Количество часов на освоение рабочей программы
практической подготовки в форме производственной практики:**

Всего – 216 часов,

в том числе: в рамках освоения ПМ.01 – 72 часа,

в рамках освоения ПМ.02 – 72 часа,

в рамках освоения ПМ.03 – 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результатом освоения рабочей программы производственной практики является сформированность у обучающихся практических профессиональных умений в рамках профессиональных модулей ОПОП СПО по основным видам деятельности (ВД):

- Организация и осуществление торговой деятельности;
 - Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров;
 - Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами,
- в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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
ПК 1.2.	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта
ПК 1.3.	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий
ПК 1.4.	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение
ПК 1.5.	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту
ПК 1.6.	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров	
ПК 2.1.	Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий
ПК 2.2.	Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров
ПК 2.3.	Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара в соответствии с требованиями действующих санитарных правил на разных этапах товародвижения
ПК 2.4.	Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров
ПК 2.5.	Осуществлять управление ассортиментом товаров, в том числе с использованием искусственного интеллекта и сквозных цифровых технологий
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК 06	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе российских духовно-нравственных ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и

	межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках
Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
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
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;
ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план производственной практики

Коды профессиональных компетенций	Наименования профессионального модуля	Наименования разделов профессионального модуля	Всего часов
1	2	3	4
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.4, ПК 1.5, ПК 1.6	Организация и осуществление торговой деятельности	Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	24
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.6		Раздел 2. Организация и осуществление продаж	22
ПК 1.1, ПК 1.2, ПК 1.3		Раздел 3. Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	24
Промежуточная аттестация по производственной практике по ПМ.01 в форме дифференцированного зачёта			2
Всего часов по производственной практике:			72
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 01, ОК 03	Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров	Раздел 1. Основы товароведения	18
ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ОК 07, ОК 09		Раздел 2. Товароведение потребительских товаров	18
ПК 2.4, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09		Раздел 3. Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	18
ПК 2.5, ОК 02, ОК 05, ОК 09		Раздел 4. Управление ассортиментом товаров	16
Промежуточная аттестация по производственной практике по ПМ.02 в форме дифференцированного зачёта			2
Всего часов по производственной практике:			72
ПК 3.1; ПК 3.2; ПК 3.3;	Осуществление продаж	Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и	70

ПК 3.4; ПК 3.5; ПК 3.6; ПК 3.7, ПК 3.8 ОК 01, ОК 02, ОК 04, ОК 05, ОК 09.	потребительских товаров и координация работы с клиентами	координация работы с клиентами	
Промежуточная аттестация по производственной практике по ПМ.03 в форме дифференцированного зачёта			2
Всего часов по производственной практике:			72
Всего часов			216

3.2. Содержание производственной практики

Код и наименование профессиональных модулей (ПМ), разделов ПМ (междисциплинарных курсов (МДК)) и тем	Содержание учебного материала		Объем часов	Уровень освоения
1	2		3	4
ПМ. 01 Организация и осуществление торговой деятельности			<u>72</u>	
Раздел 1. Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках			<u>24</u>	
Тема 1.1 Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынках	Содержание		24	
	1.	Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом.		3
Раздел 2. Организация и осуществление продаж			<u>22</u>	
Тема 2.1 Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов	Содержание		22	
	1.	Приемка товаров по количеству и качеству; Изучение инструкций по охране труда.		3
Раздел 3 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд			<u>22</u>	
Тема 3.1 Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд	Содержание		22	
	1.	Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры.		3
Промежуточная аттестация по производственной практике по ПМ.01 в форме дифференцированного зачета			2	

ПМ. 02 Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров		<u>72</u>	
Раздел 1. Основы товароведения	Содержание		<u>18</u>
	1.	Установление количества ступеней классификации и их наименований для кодов товаров, установленных общероссийским классификатором продукции. Идентификация товаров по штриховому коду (ШК)	6
	2.	Исследование номенклатуры потребительских свойств продовольственных товаров и показателей качества товаров. Исследование номенклатуры потребительских свойств непродовольственных товаров. Правила отбора проб при выборочном контроле качества товарных партий.	6
	3.	Выбор рациональных способов размещения товаров на хранение и регулирования режима их хранения для обеспечения сохраняемости. Расчет фактических и нормируемых потерь и разработка мероприятий по их сокращению. Анализ структуры и информации на маркировке товаров. Исследование порядка маркировки товаров в системе «Честный ЗНАК».	6
Раздел 2. Товароведение потребительских товаров	Содержание		<u>18</u>
	1.	Особенности маркировки продовольственного товара однородной группы (подгруппы). Анализ маркировка непродовольственных товаров	6
	2.	Определение градации качества продовольственного товара однородной группы (подгруппы). Выявление дефектов (пороков) и определение градации качества (сортности) одежно-обувных товаров	6
	3.	Расчет естественной убыли продовольственных товаров. Особенности работы в системе «Честный Знак».	6
Раздел 3 Оценка качества и основы экспертизы потребительских товаров	Содержание		<u>18</u>
	1.	Применение правил отбора проб при выборочном контроле качества товарных партий продовольственного / непродовольственного товара.	6
	2.	Определение объема выборки (проб), приёмочных и браковочных чисел товарных партий и расчет приёмочного уровня дефектности партии продовольственного /непродовольственного товара.	6
	3.	Документальное оформление приемки товаров по количеству и качеству.	6
Раздел 4 Управление ассортиментом товаров	Содержание		<u>16</u>
	1.	Расчет основных показателей ассортимента розничного магазина	4
	2.	Совмещенный ABC- и XYZ-анализ ассортимента розничного магазина	4

	3.	Выполнение расчетов для внедрения принципов категорийного менеджмента с применением специализированных программных продуктов	8	
Промежуточная аттестация по производственной практике по ПМ.02 в форме дифференцированного зачета			2	
ПМ. 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами			<u>72</u>	
Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	Содержание		<u>72</u>	
	1.	Формирование и актуализация клиентской базы, составление отчетной документации. Планирование исходящих телефонных звонков, встреч, переговоров. Изучение программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности	6	3
	2.	Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий. Формулировка ценностей товара и их отражение в уникальном торговом предложении. Организация и проведение деловых переговоров, оформление и анализ результатов.	6	
	3.	Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи. Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	6	
	4.	Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж. Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж. Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж.	6	
	5.	Составление отчетной документации по продажам.	6	
	6.	ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы.	6	
	7.	Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR, среднего дохода на покупателя – ARC)	6	
	8.	Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	6	
	9.	Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров	6	
	10.	Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	8	
	11.	Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия»	8	
Промежуточная аттестация по производственной практике по ПМ.03 в форме дифференцированного зачета			2	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация рабочей программы производственной практики (по профилю специальности) предполагает наличие рабочих мест на предприятии/организации на основе прямых договоров с ОУ.

4.2. Оснащение:

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест:

- автоматизированное рабочие места, оснащенные лицензионным программным обеспечением общего и профессионального назначения;
- принтер.

4.3. Общие требования к организации образовательного процесса

Производственная практика (по профилю специальности) проводится преподавателями профессионального цикла

концентрированно в несколько периодов

(указать характер проведения учебной (производственной) практики: рассредоточено, концентрированно, концентрированно в несколько периодов)

4.4. Требования к соблюдению техники безопасности и пожарной безопасности

Студенты в период прохождения практики обязаны:

- соблюдать действующие на предприятии/в организации правила внутреннего трудового распорядка;
- строго соблюдать требования охраны труда и пожарной безопасности.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ В ФОРМЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Контроль и оценка результатов освоения производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе проведения учебных занятий, самостоятельного выполнения обучающимися заданий, выполнения практических проверочных работ. В результате освоения производственной практики в рамках профессиональных модулей обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме дифференцированного зачета.

Результаты обучения (освоенные умения (практический опыт) в рамках ВД)	Формы и методы контроля и оценки результатов обучения
ВД - Организация и осуществление торговой деятельности;	
владеть навыками: – поиска и систематизации открытых источников информации о внутренних и внешних рынках для сбыта товарной продукции; – проведения анализа и оценки объема спроса на товарную продукцию организации на внутренних и внешних рынках; – обработки, формирования и хранения данных, информации, документов, в том числе полученных от поставщиков (подрядчиков, исполнителей); – составления перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации; – подготовки рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка; – проведения анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков, мониторинга внутренних и внешних рынков; – подготовки аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках; – оформления договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг; – мониторинга поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и заказчиков в сфере закупок; – установления контактов с деловыми партнерами, заключения договоров, предъявления претензий; – составления деловых писем, предложений, заказов на поставку товаров, проведения безналичных расчетов; – формирования начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта; – составления и оформления закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения	<i>Текущий контроль:</i> Проверка отчета-дневника по практике и аттестационного листа <i>Итоговый контроль:</i> Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета

деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры; – осуществления подготовки протоколов заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; – публичного размещения полученных результатов; осуществления проверки необходимой документации для заключения контрактов и процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); – публичного размещения отчетов, информации о неисполнении контракта, о санкциях, об изменении или о расторжении контракта, за исключением сведений, составляющих государственную тайну; – организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта, денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях, организации возврата денежных средств, внесенных в качестве обеспечения исполнения заявок или обеспечения исполнения контрактов; – направления запросов, приглашений и информации потенциальным участникам внешнеторгового контракта; – проведения предварительного анализа поступающих коммерческих предложений, запросов от потенциальных партнеров на внешних рынках; – составления списка отклонений от приемлемых условий внешнеторгового контракта (перечень разногласий); – документального оформления результатов переговоров по условиям внешнеторгового контракта; – подготовки сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внешних рынках; – формирования списка потенциальных партнеров для заключения внешнеторгового контракта; – обработки, формирования, хранения информации и данных об участниках внешнеторгового контракта; – формирования проекта внешнеторгового контракта; – осуществления проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта; – подготовки процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом; – подготовки документа о приемке результатов отдельного этапа исполнения контракта; – сбора информации, документов по вопросам исполнения обязательств по внешнеторговому	
---	--

контракту; – разработки плана-графика контрольных мероприятий по исполнению обязательств по внешнеторговому контракту; – мониторинга отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; – документального оформления отклонений от выполнения обязательств по внешнеторговому контракту и организация претензионной работы; – подготовки предложений по применению мер ответственности и совершению соответствующих действий в случае нарушения обязательств по внешнеторговому контракту; – выполнения торгово-технологических операций, в том числе с использованием искусственного интеллекта, голосовых помощников, чат-ботов для обработки запросов покупателей с максимальной скоростью; – организации торговли, в том числе с использованием камер и алгоритмов распознавания лиц для осуществления расчетов с покупателями без применения контрольно-кассовой техники; – приемки товаров по количеству и качеству; – соблюдения правил охраны труда. уметь: – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках; – проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы; – анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров; – создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обобщать полученную информацию, обрабатывать ее с применением программных продуктов; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов. – применять нормы гражданского законодательства в области регулирования договорных отношений; – осуществлять выбор поставщиков;	
--	--

– оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – составлять документы, деловые письма, предложения, заказы на поставку товаров, осуществлять безналичные расчеты, в т.ч. с использованием современных технических средств; – создавать и вести информационную базу поставщиков и покупателей с применением технологий больших данных; – обобщать полученную информацию, статистически ее обрабатывать и формулировать аналитические выводы, архивировать полученную информацию и обеспечивать ее безопасность; – работать в единой информационной системе; – применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности; – составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию; – обосновывать начальную (максимальную) цену закупки; – описывать объект закупки; – разрабатывать закупочную документацию; – работать в единой информационной системе; – взаимодействовать с закупочными комиссиями и технически обеспечивать деятельность закупочных комиссий; – анализировать поступившие заявки, оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры; – формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок; – проверять необходимую документацию для заключения контрактов и осуществлять процедуру подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); – классифицировать товары на внутренних и внешних рынках; – разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках; – осуществлять деловую переписку по вопросам заключения внешнеторгового контракта; – осуществлять взаимодействие с участниками внешнеторгового контракта; – подготавливать коммерческие предложения, запросы; – оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов; – составлять и оформлять отчет, содержащий	
--	--

информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; – осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях; – обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; – осуществлять процесс управления доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей; – проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства; – осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей); – использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж; – применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения; – применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок; – управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF; – оформлять факт продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей, регистрация продаж в системе ЕГАИС; – применять электронный документооборот; – осуществлять торгово-технологические процессы, в том числе, с использованием техники эффективных коммуникаций. – применять основные ИИ-решения - системы распознавания естественного языка, интеллектуальные системы поддержки принятия решений, распознавания и синтез речи,	
--	--

интеллектуальный анализ текстовых документов, роботы, видео аналитика, чат-боты; – оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ; – осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота; – пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.	
ВД - Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров;	
владеть навыками: – применения методик идентификации ассортиментной принадлежности потребительских товаров; – решения задач классификации и кодирования потребительских товаров, в том числе с помощью цифровых технологий; – применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; – применения технических регламентов и национальных стандартов для оценки маркировки потребительских товаров; – осуществления контроля над обеспечением оптимальных условия хранения и реализации потребительских товаров; – выявления дефектов, вызывающих ухудшение качественных и количественных характеристик потребительских товаров; – разработки мероприятий по предупреждению и сокращению потерь товаров; – выявления современных тенденций в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – подбора необходимых нормативно-технических документов для оценки качества и организации экспертизы товаров с использование современных баз данных; – организации подготовки и проведения экспертизы потребительских товаров и оформления ее результатов; – оценки качественных и количественных характеристик товаров на соответствие требованиям нормативно-технической документации; – регистрации данных о соответствии качества поступающих в организацию товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров;	<i>Текущий контроль:</i> Проверка отчета-дневника по практике и аттестационного листа <i>Итоговый контроль:</i> Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета

– систематизации данных о фактическом уровне качества товаров; – оформления документов для предъявления претензий к поставщикам о несоответствии качества поступивших товаров техническим регламентам, стандартам (техническим условиям), условиям поставок и договоров; – анализа ассортимента товаров и ассортиментной политики торгового предприятия, в том числе с применением современных цифровых технологий. уметь: – применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; – идентифицировать ассортиментную принадлежность продовольственных и непродовольственных товаров; – применять документы в области технического регулирования, стандартизации и подтверждения соответствия в профессиональной деятельности; – оценивать маркировку потребительских товаров на соответствие с требованиями технических регламентов и национальных стандартов; – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – выявлять дефекты потребительских товаров при приемке, хранении и реализации; – реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров; – обобщать и анализировать современный российский и зарубежный опыт в области обеспечения качества и безопасности товаров, в том числе с использованием аналитики больших данных; – проводить оценку качественных и количественных характеристик товаров по требованиям нормативно-технических документов; – организовывать экспертизу потребительских товаров и оформлять ее результаты; – анализировать ассортимент товаров и выявлять приоритетные направления его совершенствования, в том числе с применением современных цифровых технологий; – формировать торговый ассортимент по	
--	--

результатам анализа потребности в товарах; – применять цифровые технологии кодирования потребительских товаров; – устанавливать и обеспечивать оптимальные условия хранения, транспортирования и реализации потребительских товаров; – реализовывать мероприятия по предупреждению и сокращению потерь товаров.	
ВД - Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	
владеть навыками: – сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; – поиска и выявления потенциальных клиентов; – формирования и актуализации клиентской базы; – проведения мониторинга деятельности конкурентов; – определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; – формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; – информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; – закрытия сделок; – 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; – информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; – участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; – контроля состояния товарных запасов; – анализа выполнения плана продаж;	<i>Текущий контроль:</i> Проверка отчета-дневника по практике и аттестационного листа <i>Итоговый контроль:</i> Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета

– 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; – планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; – вести реестр реквизитов клиентов; – использовать программные продукты; – планировать объемы собственных продаж; – устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; – использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; – формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; – планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; – использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; – предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; – опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; – работать с возражениями клиента; – применять техники по закрытию сделки; – суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; – 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 баланс интересов клиента и организации; – обеспечивать соблюдение требований охраны; – разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; – собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; – планировать работу по выполнению плана продаж; – анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; – анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; – анализировать возможности увеличения объемов продаж; – планировать и контролировать поступление денежных средств; – 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; – анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; – обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; – анализировать оборачиваемость складских остатков; – 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; – использовать программные продукты.	
---	--