

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Фурсов Владимир Александрович

Должность: И.о. директора Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 08.06.2026 14:48:24

Уникальный программный ключ:

1c378726a41fd0143ae5bcc8ba81860b00daa62

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение

высшего образования

«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Пятигорский институт (филиал) СКФУ

Колледж Пятигорского института (филиал) СКФУ

УТВЕРЖДАЮ

И.О. директора Пятигорского
института (филиал) СКФУ

Канд. юрид. наук, доцент

В.А. Фурсов

Рабочая программа практики

ПДП Преддипломная практика

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Форма обучения очная

Рабочая программа преддипломной практики разработана на основании федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 июля 2023 г. №548 (в действующей редакции) и примерной основной образовательной программы СПО, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа преддипломной практики разработана:

Догаева Нина Николаевна, к.ф.н., преподаватель колледжа

фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

1. Паспорт программы практики

1.1. Место преддипломной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (далее ППССЗ)

Преддипломная практика ПДП принадлежит к профессиональному циклу, проводится в 6 семестре.

1.2. Цели и задачи производственной (преддипломной) практики

Цель: обобщение, закрепление и совершенствование в производственных условиях знаний, полученных студентами при изучении общепрофессиональных и специальных дисциплин; приобретение навыков организаторской работы и оперативного управления производственным участком; совершенствование практических навыков, приобретенных в процессе учебной и производственной практик; ознакомление на производстве с передовыми технологиями, организацией труда и экономикой предприятия; проверка готовности студента к самостоятельной трудовой деятельности; сбор и подготовка материалов к итоговой государственной аттестации в условиях конкретного производства.

Задачи: закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний и умений, полученных при изучении дисциплин и профессиональных модулей учебного плана специальности, на основе изучения деятельности конкретной организации; сбор, систематизация и обобщение практического материала для использования в работе над дипломным проектом; обобщение и закрепление теоретических знаний, полученных студентами в период обучения, формирование практических умений и навыков, приобретение первоначального профессионального опыта по специальности; изучение практических и теоретических вопросов, относящихся к теме дипломного проекта.

Вид профессиональной деятельности: Организация и контроль текущей деятельности служб предприятий туризма и гостеприимств; Предоставление гостиничных услуг; Освоение одной или нескольких профессий рабочих, должностей служащих.

В ходе прохождения практики обучающийся должен

Иметь практический опыт:

- выполнения торгово-технологических процессов;
 - составления договоров;
 - установления хозяйственных связей;
 - соблюдения правил торговли;
 - выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации;
 - эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения
 - правил охраны труда;
 - определения показателей ассортимента;
 - распознавания товаров по ассортиментной принадлежности;
 - оценки качества товаров в соответствии с установленными требованиями;
- установления градаций качества;
- расшифровки маркировки;
 - контроля режима и сроков хранения товаров;
 - соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам, упаковке, условиям и срокам хранения; 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:*
- устанавливать хозяйственные связи, заключать договора и контролировать их выполнение;
 - управлять товарными запасами и потоками;
 - обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству;
 - оказывать услуги розничной торговли с соблюдением Правил торговли, действующего законодательства, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли;
 - устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли;
 - эксплуатировать торгово-технологическое оборудование;
 - применять правила охраны труда, экстренные способы оказания помощи пострадавшим, использовать противопожарную технику;
 - снижать предпринимательские риски и принимать решения в условиях неопределенности.
 - применять методы товароведения;
 - формировать и анализировать торговый (или промышленный) ассортимент;
 - оценивать качество товаров и устанавливать их градации качества;
 - рассчитывать товарные потери и списывать их;
 - идентифицировать товары;
 - соблюдать оптимальные условия и сроки хранения и транспортирования, санитарно-эпидемиологические требования к ним; 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.

знать:

- составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности;
- государственное регулирование коммерческой деятельности;
- инфраструктуру, средства, методы, инновации в коммерции;
- организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию;
- услуги оптовой и розничной торговли: основные и дополнительные;
- правила торговли;
- классификацию торгово-технологического оборудования, правила его эксплуатации;

- организационные и правовые нормы охраны труда;
- причины возникновения, способы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваемости, принимаемые меры при их возникновении;
- технику безопасности условий труда, пожарную безопасность;
- методы управления предпринимательскими рисками.
- теоретические основы товароведения;
- основные понятия, цели, задачи, принципы, функции, методы, основополагающие товароведные характеристики и факторы, влияющие на них;
- виды товарных потерь, причины их возникновения и порядок списания;
- классификацию ассортимента, товароведные характеристики продовольственных и непродовольственных товаров однородных групп, оценку их качества, маркировку;
- условия и сроки транспортирования и хранения, санитарно-эпидемиологические требования к ним;
- особенности товароведения продовольственных и непродовольственных товаров;
- виды и методы экспертизы;
- организацию и порядок проведения экспертизы методики выявления потребностей клиентов;
- методики выявления потребностей;
- технику продаж;
- методики проведения презентаций;
- потребительские свойства товаров;
- требования и стандарты производителя;
- принципы и порядок ведения претензионной работы;
- ассортимент товаров;
- стандарты организации;
- стандарты менеджмента качества;
- гарантийную политику организации;
- специализированные программные продукты;
- методики позиционирования продукции организации на рынке;
- методы сегментирования рынка;
- методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции;
- инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов;
- Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией;
- Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания;
- Основы организации послепродажного обслуживания.

1.3. Трудоемкость освоения программы преддипломной практики:

Трудоемкость освоения преддипломной практики ПДП составляет 4 недели (144 час.).

2. Результаты практики

Результатом производственной (преддипломной) практики является: освоение общих компетенций (ОК)

Общие компетенции	Показатели оценки результата
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 традиционных 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 08	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

профессиональных компетенций (ПК): *ПМ.01 «Организация и осуществление торговой деятельности», ПМ.02 «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров», ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами».*

Код	Наименование результата практики
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.
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
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.

3. Структура и содержание программы практики

3.1. Структура практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Период проведения практики
ОК 01-09 ПК 1.1-1.6 ПК 2.1-2.5 ПК 3.1-3.8	ПМ.01 «Организация и осуществление торговой деятельности», ПМ.02 «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров», ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами».	4 недели, 144 час.	<i>6 семестр</i>

3.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов (недель)
ПМ.01 «Организация и осуществление торговой деятельности», ПМ.02 «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров», ПМ.03	Инструктаж по технике безопасности труда.	6
	Изучение сферы торговой деятельности и ее особенностей.	6
	Анализ рынка и конкурентной среды.	6
	Разработка стратегии продаж и маркетинговых активностей.	6
	Организация работы торговых залов и торговых площадок.	6

«Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами».	Управление запасами и складскими операциями.	6
	Планирование и проведение мероприятий по привлечению клиентов и продвижению товаров.	6
	Ведение документации и отчетности.	6
	Анализ рынка потребительских товаров и выявление требований потребителей.	8
	Изучение товароведной информации и технических характеристик товаров.	6
	Организация лабораторных исследований и экспертизы качества товаров.	6
	Контроль соответствия товаров нормативно-технической документации и стандартам.	6
	Оценка и выбор качественных поставщиков и производителей товаров.	6
	Проведение аудитов и проверок качества товаров.	6
	Анализ и оценка рисков, связанных с качеством товаров.	6
	Разработка и применение стратегии продаж.	8
	Организация и контроль над процессами продаж.	6
	Обработка заказов и обеспечение своевременной доставки товаров.	6
	Координация работы с клиентами и управление клиентскими отношениями.	6
	Решение проблем и удовлетворение потребностей клиентов.	6
	Проведение маркетинговых исследований и анализа конкуренции.	6
	Обучение и мотивация персонала в области продаж.	6
	Написание отчета по практике	8
ИТОГО		144

4. Условия организации и проведения практики

4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- программа преддипломной практики;
- договор об организации практики;
- направление на практику;
- индивидуальное задание;
- дневник практики;
- аттестационный лист;
- характеристика работы обучающегося;
- отчет по практике.

4.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики

Практика имеет целью комплексное освоение студентами ПМ.01 «Организация и осуществление торговой деятельности», ПМ.02 «Товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров», ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами».

Преддипломная практика проводится в профильных организациях на основе договоров между организацией и СКФУ.

Для написания отчета студентам выдаются Методические указания по организации и проведению преддипломной практики и индивидуальные задания.

Индивидуальные задания:

1. Исследовать рынок и провести анализ конкурентов в выбранной отрасли торговли.
2. Разработать маркетинговую стратегию для нового товара или услуги.
3. Провести исследование потребительских предпочтений и провести анализ спроса на рынке.
4. Разработать систему управления запасами товаров в компании.
5. Провести аудит качества потребительских товаров в компании.
6. Разработать методику проведения экспертизы качества товаров.
7. Организовать специализированную выставку для презентации потребительских товаров.
8. Подготовить рекламно-информационные материалы для продукции компании.
9. Разработать систему лояльности для клиентов компании.
10. Провести опрос у клиентов компании для оценки качества обслуживания.
11. Организовать тренинги и семинары для сотрудников по работе с клиентами.
12. Разработать план маркетинговых мероприятий для повышения продаж в праздничные периоды.
13. Провести анализ эффективности рекламных каналов и определить наиболее эффективные.
14. Организовать акцию или специальное предложение для клиентов компании.
15. Разработать план обучения новых сотрудников по продажам потребительских товаров.
16. Провести анализ конкурентных цен и разработать стратегию ценообразования.
17. Определить оптимальное количество и ассортимент товаров в торговом зале.
18. Разработать систему контроля качества обслуживания клиентов в компании.
19. Провести анализ рыночных тенденций и определить новые возможности для расширения бизнеса.
20. Организовать программу лояльности для постоянных клиентов компании.
21. Разработать план по улучшению внутреннего обслуживания клиентов.
22. Провести исследование конъюнктуры рынка и определить наиболее востребованные товары.
23. Организовать акцию бонусных баллов для клиентов компании.
24. Провести анализ эффективности рекламных кампаний и определить наиболее эффективные каналы.
25. Разработать программу обучения для продавцов по улучшению навыков продажи товаров.
26. Провести аудит качества обслуживания клиентов в точках продажи.
27. Организовать анкетирование клиентов для сбора информации о их потребностях.
28. Разработать план мероприятий по развитию внутреннего мерчандайзинга.
29. Провести анализ конкурентов и определить их сильные и слабые стороны.
30. Организовать программу обучения клиентов в области выбора и использования товаров.
31. Разработать план по улучшению эффективности обслуживания клиентов через интернет-магазин.
32. Провести анализ эффективности поискового продвижения и оптимизировать сайт компании.
33. Организовать акцию скидок на выбранные товары для привлечения новых клиентов.
34. Провести анализ предпочтений клиентов и разработать план по улучшению ассортимента товаров.
35. Разработать план мероприятий по привлечению корпоративных клиентов.
36. Провести анализ эффективности программы лояльности и предложить ее корректировки.
37. Организовать акцию по раздаче бесплатных образцов товаров для привлечения новых клиентов.
38. Провести анализ эффективности рекламных сообщений и определить наиболее привлекательные.
39. Разработать план мероприятий по увеличению среднего чека при продаже товаров.
40. Провести анализ конкурентных акций и определить их эффективность.
41. Организовать тренинг по работе с трудными клиентами для сотрудников компании.
42. Провести анализ эффективности рекламы в социальных сетях и определить наиболее эффективные платформы.
43. Разработать план мероприятий по привлечению клиентов через отзывы и рекомендации.
44. Провести анализ эффективности программы бонусных миль и предложить ее корректировки.

45. Организовать акцию с подарками или бонусами для определенной группы клиентов.
46. Провести анализ эффективности рекламной кампании в месте продажи и определить реакцию клиентов.
47. Разработать план мероприятий по улучшению обслуживания во время ремонтных работ в магазине.
48. Провести анализ эффективности программы скидок и предложить ее корректировки.
49. Организовать проведение специальных мероприятий для повышения уровня продаж в периоды низкой активности.
50. Разработать план мероприятий по улучшению уровня обслуживания с использованием новых технологий.

4.3. Требования к материально-техническому обеспечению

Реализация программы преддипломной практики ПДП осуществляется в профильных организациях на основе договоров.

Материально-техническое обеспечение соответствует профессиональной деятельности и дает возможность овладеть установленными компетенциями по всем осваиваемым видам деятельности, предусмотренным программой, с использованием современных технологий, материалов и оборудования.

Все помещения соответствуют требованиям техники безопасности и противопожарной безопасности при проведении преддипломной практики.

4.4. Перечень основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов, необходимых для проведения практики

Основная литература:

- Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>
3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

Дополнительная литература:

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2022.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2
2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5
3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широченской.- Москва: КНОРУС, 2022.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4

Интернет-ресурсы:

1. Электронно-библиотечная система znanium.com
2. «Гарант» – справочно-правовая система - <http://www.park.ru>
3. «Консультант Плюс» - <http://www.consultant.ru>

4.5. Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Руководителем практики является преподаватель, осуществляющий обучение студентов в рамках профессиональной подготовки.

Требования к уровню квалификации руководителя практики определяются ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

5. Контроль и оценка результатов практики

По завершении практики в 6 семестре студент пишет отчет по практике и сдает дифференцированный зачет (защита отчета по практике).