

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Шебзухова Татьяна Александровна

Должность: Директор Пятигорского института (филиал) Северо-Кавказского

федерального университета

Дата подписания: 13.06.2024 17:42:38

Уникальный программный ключ:

d74ce93cd40e39275c3ba2f58486412a1c8ef96f

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**

Директор Пятигорского института  
(филиал) СКФУ  
Т.А. Шебзухова

**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 производственной практики разработана:

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

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

**СОГЛАСОВАНО:**

**Представитель работодателя**

Заведующий магазином

ООО «Артмарк», г. Пятигорск

должность представителя работодателя,  
наименование организации и город ее  
расположения

\_\_\_\_\_

подпись

Адамович С.С.

Фамилия, инициалы

М.П.

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

<b>Код</b>	<b>Наименование результата практики</b>
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	Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
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>4 семестр</i>

#### 3.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Количество часов (недель)
ПМ.01 «Организация и осуществление торговой деятельности»,	Инструктаж по технике безопасности труда.	6
	Изучение сферы торговой деятельности и ее особенностей.	6
ПМ.02 «Товароведение и	Анализ рынка и конкурентной среды.	6
	Разработка стратегии продаж и маркетинговых	6

организация экспертизы качества потребительских товаров», ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами».	активностей.	
	Организация работы торговых залов и торговых площадок.	6
	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	10	

#### **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](http://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 4 семестре студент пишет отчет по практике и сдает дифференцированный зачет (защита отчета по практике).