

Департамент образования и науки Курганской области
Государственное бюджетное профессиональное
образовательное учреждение
«Курганский государственный колледж»

Рабочая программа производственной практики

**по ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и
координация работы с клиентами**

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Курган, 2024

Программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело

Организация-разработчик: ГБПОУ «Курганский государственный колледж»

Разработчик:

Зинина М.В.– преподаватель профессиональных дисциплин ГБПОУ «КГК»

Рекомендована к использованию:
Протокол заседания ЦК
экономических и
сельскохозяйственных дисциплин

Согласована:
Заместитель директора по
учебной работе Е.С. Узун

Протокол № 1 от «30» августа 2024 г.

Председатель ЦК Н.В. Шарипова



Согласована:

Региональный руководитель Федеральной
сети магазинов МегаХенд

[Handwritten signature]
/Харламова Т. О./

©Зинина Марина Викторовна, ГБПОУ «КГК»

©Курган, 2024

СОДЕРЖАНИЕ

	стр.
1. Общая характеристика программы производственной практики	4
2. Тематический план и содержание практики	12
3. Условия организации и проведения практики	14
4. Контроль и оценка результатов практики	15
Приложения	18

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

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

Программа производственной практики в соответствии с ФГОС по специальности по специальности: 38.02.08 Торговое дело является частью программы профессионального модуля **ПМ.03 Осуществление продажи потребительских товаров и координация работы с клиентами**

1.2. Цель, требования к результатам освоения производственной практики:

Цель производственной практики – закрепление теоретических знаний, приобретенных обучающимся в рамках учебного процесса в колледже, а также получение профессиональных навыков, умений и практического опыта работы в условиях реального производства.

Результатом освоения рабочей программы учебной практики является сформированность у обучающихся практических профессиональных умений в рамках профессионального модуля по виду деятельности:

Вид деятельности	Код ОК, ПК	Формулировка компетенции	Показатели освоения компетенции
ВД 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	Уметь: - распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте - анализировать задачу и/или проблему и выделять её составные части - определять этапы решения задачи - выявлять и эффективно искать информацию, необходимую для решения задачи и/или проблемы - составлять план действия - определять необходимые ресурсы - владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах - реализовывать составленный план - оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)
	ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Уметь: - определять задачи для поиска информации - определять необходимые источники информации - планировать процесс поиска - структурировать получаемую информацию - выделять наиболее значимое в перечне информации - оценивать практическую значимость результатов поиска - оформлять результаты поиска, применять средства информационных технологий для решения профессиональных задач

			использовать современное программное обеспечение - использовать различные цифровые средства для решения профессиональных задач
	ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности
	ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	Умения: грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе
	ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Уметь: - понимать общий смысл четко произнесенных высказываний на известные темы (профессиональные и бытовые), понимать тексты на базовые профессиональные темы участвовать в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы строить простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности - кратко обосновывать и объяснять свои действия (текущие и планируемые) писать простые связные сообщения на знакомые или интересующие профессиональные темы
	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	Практический опыт: в осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами Навыки: – сбора, формирования, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; – поиска и выявления потенциальных клиентов; – формирования и актуализации клиентской базы; – проведения мониторинга деятельности конкурентов. Умения: – работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные

			<p>ресурсы организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. – отчетов и аналитических материалов.
ПК 3.2.		<p>Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров</p>	<p>Практический опыт: в осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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

			<p>соответствии со стандартами организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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.
	ПК 3.3.	<p>Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов</p>	<p>Практический опыт: в осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; – мониторинг и контроль выполнения условий договоров. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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

		<p>информацию;</p> <ul style="list-style-type: none"> – корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; – соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; – обеспечивать баланс интересов клиента и организации; – обеспечивать соблюдение требований охраны.
ПК 3.4.	<p>Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж</p>	<p>Практический опыт: в осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; – выполнения запланированных показателей по объему продаж. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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;
ПК 3.5.	<p>Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса</p>	<p>Практический опыт: в осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разработки программ по повышению лояльности клиентов; – разработки мероприятий по стимулированию продаж; – информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;

			<ul style="list-style-type: none"> – участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; – стимулирования клиентов на заключение сделки; <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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.
ПК 3.6.	Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов		<p>Практический опыт: в осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами</p> <p>Навыки: – контроля состояния товарных запасов</p> <p>Умения: – анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; – обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; – анализировать оборачиваемость складских остатков.</p>
ПК 3.7.	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов		<p>Практический опыт: в осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами</p> <p>Навыки: – анализа выполнения плана продаж.</p> <p>Умения: – составлять отчетную документацию по продажам.</p>
ПК 3.8.	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том		<p>Практический опыт: в осуществлении продаж потребительских товаров и координации работы с клиентами</p> <p>Навыки: – информационно-справочного</p>

		<p>числе с использованием цифровых и информационных технологий</p>	<p>консультирования клиентов; – контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; – обеспечения соблюдения стандартов организации.</p> <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; <p>использовать программные продукты.</p>
ПК 1.6.		<p>Организовывать выполнение торговых-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий</p>	<p>Практический опыт:</p> <p>в организации и осуществлении торговой деятельности</p> <p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – выполнения торговых-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. <p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ; – осуществлять процесс управления

			<p>доставкой товаров покупателю используя возможности интернет-вещей;</p> <ul style="list-style-type: none"> – 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; – управления 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.
--	--	--	--

1.4. Количество часов на освоение рабочей программы производственной практики – 144 часа.

2. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Виды работ	Наименование темы	Количество часов
1.	Анализ клиентской базы	Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы.	6
		Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия.	6
		Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности	6
		Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.	6
		ABC - анализ текущей клиентской базы.	6
		XYZ-анализ текущей клиентской базы.	6
		Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS)	6
		Формирование отчета о работе с текущей базой (ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя –CRR)	6
		Формирование отчета о работе с текущей базой (среднего дохода на покупателя – ARC)	6
2.	Организация обслуживания клиентов	Предоставление информации по продукции и услугам с использованием профессиональных и технических терминов с их пояснениями	6
		Опознавание признаков неудовлетворенности клиента качества предоставления услуг	6
		Работа с возражениями клиента, применение техники по закрытию сделки	6
		Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов	6
		Разработка плана послепродажного обслуживания клиента	6
3.	Мерчандайзинг – аудит торгового объекта	Проведение первичного мерчандайзинг - аудита розничных торговых объектов	6
		Разработка плана оформления витрин и выставок с применением цифровых технологий.	6
		Методика построения планограммы.	6
		Размещение товаров в торговом зале. Основы зонирования	6
		Значение расчета товарных запасов	6
		Расчет коэффициента оборачиваемости	6
		Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости	6
		Анализ эффективности размещения отделов магазина с учетом мерчандайзинговых подходов	6
		Подготовка презентации товара для клиентов с учетом их потребностей	6

4.	Разработка и формирование мероприятий, связанных с планированием продаж	Планирование работы отдела продаж	6
		Определение потенциала продаж/прогнозирование продаж. Определение рыночной доли и потенциального спроса	6
		Расчет предельных производственных и финансовых возможностей	6
		Определение продажных цен. Составление бюджета	6
		Формирование структуры продаж по номенклатуре и клиентам. Оформление плана	6
		Разработка мероприятий по выполнению плана продаж.	6
		Разработка мероприятия по организации послепродажного обслуживания.	6
		Исследование программ лояльности потребителей выбранной группы товаров	6
		SWOT – анализ компании – производителя исследуемой группы товара	6
		Формирование программы повышения лояльности и бюджета мероприятий	6
		Формирование целей стимулирования продаж	6
		Анализ эффективности проводимых в выбранной компании программ стимулирования продаж	6
		Разработка дополнений и корректировок к текущей системе стимулирования продаж	6
		Методы планирования продаж: планирование «сверху вниз» (top-down planning), планирование «снизу-вверх» (bottom-up planning), планирование «цели вниз — план вверх» (goals down-plans up planning). Анализ «like to like»	6
		Сбор и систематизация данных объема продаж	6
		Анализ данных по объемам продаж	6
		Пошаговая разработка мероприятий по стимулированию продаж	6
		Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов.	6
5.	Технологии продаж потребительских товаров с применением интернет - маркетинга	Определение целевой аудитории: выделение сегмента целевой аудитории, составление описания каждого сегмента с учетом характеристик (фото представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни)	6
		Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита.	6
		Составление аналитической справки с анализом присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.	6
		Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях.	6
		Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий.	6

		Разработка уникальных торговых предложений.	6
		Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара.	6
		Анализ результатов маркетинговой активности.	6
		Расчет стоимости рекламной кампании.	6
6.	Контроль продаж, его значимость. Внутренний и внешний контроль продаж.	Методы анализа продаж, разбор возникающих трудностей и ошибок	6
		Расчет основных показателей для проведения анализа продаж	6
		Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота.	6
		Формирование отчетов о продажах	6
7.	Выполнение операций по отгрузке/выдаче и контролю продукции	Осуществление отгрузки продукции клиенту в соответствии с регламентами организации	6
		Осуществление выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации	6
		Оформление документации при отгрузке/выдаче продукции	6
8.	Использование специальных программных продуктов при мониторинге выполнения условий договора	Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов	6
		Мониторинг и контроль выполнения условий договоров с использованием специальных программных продуктов.	6
		Урегулирование спорных вопросов, претензий.	4
	Зачет		2
Всего			360

3. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

3.1. Место проведения практики: Практика проходит на договорной основе в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся.

3.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению:

Реализация программы производственной практики в рамках профессионального модуля проходит в организациях (предприятиях), отвечающих следующим требованиям:

- осуществляющие или имеющие в своем составе структурное подразделение, осуществляющее торговую (закупочную) деятельность в соответствии законодательством РФ;
- располагающие квалифицированными кадрами для руководства практикой студентов;
- применяющие в своей работе автоматизированные системы обработки информации и управления.

3.3. Перечень учебных изданий, Интернет ресурсов, дополнительной литературы

1. Российская Федерация. Законы. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности» от 28.12.2009 N 381-ФЗ (ред. действующая) // Собрание законодательства Российской Федерации

2. Российская Федерация. Законы. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. действующая) // Собрание законодательства Российской Федерации

3. Постановление Правительства РФ «об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли продажи, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование потребителя о безвозмездном предоставлении ему товара, обладающего этими же основными свойствами, на период ремонта или замены такого товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену, а также о внесении изменений в некоторые акты Правительства РФ» от 31.12.2020 N 2463 (ред. действующая) // Собрание законодательства Российской Федерации

4. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях. КоАП гл. 14 Административные правонарушения в области предпринимательской деятельности и деятельности саморегулируемых организаций от 30.12.2001 N 195-ФЗ (ред. действующая) // Собрание законодательства Российской Федерации

Основная литература

1. 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.

2. 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.

3. Синяева, В.В. 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.

Интернет ресурсы

1. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176> (дата обращения: 18.10.2024). – Режим доступа: по подписке.

2. Заволокина, Л. И. Мировая экономика: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. И. Заволокина, Н. А. Диесперова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 182 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13765-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/497346>

3. Синяева, И.М. 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>

4. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок: учебник / А.Н. Стерлигова. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 430 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011223-7. DOI: 10.37791/978-5-4257-0559-4-2023-1-168 - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832388> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

5. Трофимовская А.В. Эффективность контрактной системы в сфере государственных и муниципальных закупок в современных социально-экономических условиях: учебное пособие / А.В. Трофимовская, С.А. Сергеева, И.П. Гладилина – Москва: РУСАЙИС, 2022 – 80 с. ISBN 978-5-4365-9730-0

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. Скоробогатых, Р.Р. 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

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов освоения программы производственной практики осуществляется руководителем практики в процессе посещения обучающихся на рабочих местах и приема отчета. В результате освоения производственной практики, в рамках профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме зачета, который выставляется на основании выполненного задания и оценки сформированности общих, профессиональных компетенций.

К зачету допускаются обучающиеся, выполнившие требования рабочей программы производственной практики и предоставившие полный пакет отчетных документов:

- аттестационный лист (приложение 2);
- характеристика (приложение 3);
- дневник производственной практики;
- отчет по практике, составленный в соответствии с выданным заданием (приложение 1) по форме, установленной ГБПОУ «КГК» (Приложение 4);
- заключение о результатах прохождения практики (приложение 5).

Департамент образования и науки по Курганской области
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Курганский государственный колледж»

Специальность 38.02.08 Торговое дело

ЗАДАНИЕ
на производственную практику

для _____

(ФИО студента полностью)

Студента _____ курса группа _____

Место прохождения практики: _____

(указывается полное наименование предприятия/организации, фактический адрес)

Срок прохождения практики с « ____ » _____ 202__ г. по « ____ » _____ 202__ г.

Задание и виды работ производственной практики по профессиональному модулю ПМ.03 Осуществление продажи потребительских товаров и координация работы с клиентами

- Анализ клиентской базы
- Организация обслуживания клиентов
- Мерчандайзинг – аудит торгового объекта
- Разработка и формирование мероприятий, связанных с планированием продаж
- Технологии продаж потребительских товаров с применением интернет –

маркетинга

- Контроль продаж, его значимость. Внутренний и внешний контроль продаж
- Выполнение операций по отгрузке/выдаче и контролю продукции
- Использование специальных программных продуктов при мониторинге

выполнения условий договора

Руководитель практики колледжа: _____

(подпись)

(ФИО)

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент _____,

ФИО полностью

обучающийся на 3 курсе по специальности 38.02.08 Торговое дело прошел производственную практику по профессиональному модулю ПМ.03 Осуществление продажи потребительских товаров и координация работы с клиентами в объеме 360 часов с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г.

в организации _____

наименование организации

Виды, объем и качество выполнения работ

№ п/п	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики	Объем работ, час	Качество выполнения работ в соответствии с технологией (по 5-бальной системе)
1.	Анализ клиентской базы	54	
2.	Организация обслуживания клиентов	30	
3.	Мерчандайзинг – аудит торгового объекта	54	
4.	Разработка и формирование мероприятий, связанных с планированием продаж	108	
5.	Технологии продаж потребительских товаров с применением интернет – маркетинга	54	
6.	Контроль продаж, его значимость. Внутренний и внешний контроль продаж	24	
7.	Выполнение операций по отгрузке/выдаче и контролю продукции	18	
8.	Использование специальных программных продуктов при мониторинге выполнения условий договора	18	

Оценка сформированности профессиональных компетенций

Коды и наименования профессиональных компетенций	Оценка освоена/не освоена
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	
ПК3.3. 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	

Заключение: уровень освоения профессиональных компетенций _____

позволяет/не позволяет

освоить вид деятельности **ВД. 03 Осуществление продажи потребительских товаров и координация работы с клиентами**

Руководитель практики от предприятия _____ / _____ /

МП

(подпись)

(ФИО)

ХАРАКТЕРИСТИКА

Студент _____,

ФИО полностью

обучающийся на 3 курсе по специальности 38.02.08 Торговое дело практику по профессиональному модулю ПМ.03 Осуществление продажи потребительских товаров и координация работы с клиентами

в объеме 144 часов с « ____ » _____ 20 ____ г. по « ____ » _____ 20 ____ г.

в организации _____

наименование организации

При выполнении работ продемонстрировал владение следующими общими компетенциями:

Коды и наименования общих компетенций	Оценка да/нет
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	

Заключение: уровень освоения общих компетенций _____

позволяет/не позволяет

освоить вид деятельности ВД.03 Осуществление продажи потребительских товаров и координация работы с клиентами

Руководитель практики от предприятия _____ / _____ /

(подпись)

(ФИО)

МП

Требования к оформлению отчета по практике

Отчет по практике представляет собой комплект материалов, включающий в себя документы на прохождение практики (договор); материалы, подтверждающие выполнение заданий по практике:

- индивидуально задание на практику (Приложение 4);
- аттестационный лист с оценкой уровня освоения студентом профессиональных компетенций, заверенный печатью организации, подписями руководителей практики от организации и образовательного учреждения;
- характеристика с оценкой сформированности общих и профессиональных компетенций, заверенная подписью руководителя практики от организации и печатью.
- отчет о выполнении задания по практике с приложениями;
- дневник практики.

Содержательная часть отчета включает в себя следующие разделы:

1. Краткая характеристика организации.
2. Работы, услуги, оказываемые организацией.
3. Краткая характеристика структуры управления организацией.
4. Краткая характеристика структурного подразделения - места прохождения практики.
5. Описание работ, выполняемых во время практики, в соответствии с программой практики, перечень оборудования, документов, используемых во время работы.
6. Организация работы по охране труда и техники безопасности в организации.
7. Заключение, подведение итогов практики.
8. Список литературы

Содержательная часть отчёта о практике должна отражать выполнение студентом рабочего плана практики, содержать краткое описание всех работ, производимых практикантом.

В приложении к отчёту прикладываются оригиналы или копии балансовой документации, схем, различные нормативные документы, поясняющие и описываемые работы. Приложения должны сопровождаться пояснительными надписями, а в случае необходимости и краткими описаниями.

При составлении отчёта по практике рекомендуется использовать непосредственные личные наблюдения: расспросы инженера, главных бухгалтера и экономиста, юриста и т.д.). При этом в отчёт не следует вносить сведения общего характера и личных моментов. Записи должны быть конкретными, по существу вопросов рабочего плана практики. Отчёт составляется каждым студентом в отдельности, коллективный отчёт о практике запрещается. Отчёт о практике должен быть закончен в обязательном порядке на месте практики, заверен руководителем практики от организации и сдан в установленные сроки руководителю практики от Колледжа.

Содержательная часть отчета о практике должен быть выполнена печатным способом и оформлена с учетом соблюдения следующих требований:

печать на бумаге формата А4 с полями: сверху и снизу – 2 см, справа – 1 см, слева – 3 см; текст печатается шрифтом Times New Roman размером 14 через 1 интервал; красная строка 1 см. Небрежное оформление отчёта влечет за собой снижение оценки по практике, а в отдельных случаях и необходимость переоформления последнего.

В срок, определенный учебным планом, отчет должен быть сдан руководителю практики. Руководитель практики проверяет полноту отчета, его соответствие программе практики и качество. Если отчет соответствует предъявляемым требованиям, руководитель допускает его к защите. Возможен также допуск к защите при условии доработки по замечаниям, если при проверке выявлены легкоустраняемые недочеты. Если отчет не соответствует требованиям, его возвращают студенту на переработку.

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

Департамент образования и науки Курганской области

ГБПОУ «Курганский государственный колледж»

УТВЕРЖДАЮ

_____/_____/_____
руководитель практики от предприятия/организации

« ____ » _____ 20__ г.
М.П.

ОТЧЕТ
о прохождении производственной практики

Студента _____
(фамилия, имя, отчество полностью)

Группа _____

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Место прохождения практики: _____

(наименование организации)

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

Дата сдачи отчета _____

Оценка _____

Руководитель практики колледжа _____ / _____ /
(подпись) (ФИО)

Департамент образования и науки Курганской области

ГБПОУ «Курганский государственный колледж»

ДНЕВНИК

по производственной практике

Студента _____

(фамилия, имя, отчество полностью)

Группа _____

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Профессиональный модуль: ПМ.03 Осуществление продажи
потребительских товаров и координация работы с клиентами

Место прохождения практики: _____

(наименование организации)

Сроки прохождения практики: с _____ по _____

Курган 20__ г.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

о результатах производственной практики

Студент _____,

(фамилия, имя, отчество)

проходивший практику с _____ 202__ г. по _____ 202__ г.

В _____

(наименование организации, участка, отдела и т.п.)

достиг следующих производственных показателей (*правильность, самостоятельность ведения технологического процесса, выполнения установленных норм, качественные показатели, умения и навыки управления механизмами, пользование инструментами, приспособлениями, соблюдение правил техники безопасности, ведение и анализ финансовых документов, практика общения, организаторские способности, исполнительская дисциплина и т.д.*)

По производственной практике обучающийся получает оценку _____

Руководитель организации _____ / _____ /

М.П.

подпись

ФИО

