



**Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
«Сибирский университет потребительской кооперации»**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 **Л.В. Ватлина**

27 мая 2026 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

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

по специальности
среднего профессионального образования

38.02.08 Торговое дело

Квалификация выпускника
Специалист торгового дела

Год начала подготовки: 2025

Новосибирск
2026

Рабочая программа производственной практики по профессиональному модулю ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» разработана в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 *Торговое дело*, утвержденного приказом Минобрнауки Российской Федерации от 19 июля 2023 № 548.

РАЗРАБОТЧИК:

Е.И. Конева, канд. экон. наук, доцент кафедры торгового дела и рекламы

РЕЦЕНЗЕНТ:

О.В. Кодратьева, канд. техн. наук, доцент кафедры торгового дела и рекламы

Рабочая программа производственной практики по профессиональному модулю ПМ.01 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры торгового дела и рекламы, протокол от 27 мая 2026 г., № 9.

И.о. заведующего кафедрой
торгового дела и рекламы



Ю.Ю. Миллер

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ

1.1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Целью производственной практики по профессиональному модулю ПМ.03 «*Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами*» является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта, направленное на освоение вида деятельности *Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами* и способствующее формированию общих и профессиональных компетенций по специальности 38.02.08 *Торговое дело*.

Задачами производственной практики по профессиональному модулю ПМ.01 «*Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами*» являются:

- расширение, углубление и систематизация знаний и умений;
- развитие профессионального мышления;
- приобретение практических умений по осуществлению продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

В результате прохождения производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практический опыт, умения, профессиональные компетенции:

практический опыт:

- сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях;
- поиска и выявления потенциальных клиентов;
- формирования и актуализации клиентской базы;
- проведения мониторинга деятельности конкурентов;
- определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией;
- формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами;
- информирования клиентов о потребительских свойствах товаров;
- стимулирования клиентов на заключение сделки;
- взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров;
- закрытия сделок;
- соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров;
- использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи;
- сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции;
- мониторинг и контроль выполнения условий договоров;

- анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж;
- выполнения запланированных показателей по объему продаж;
- разработки программ по повышению лояльности клиентов;
- разработки мероприятий по стимулированию продаж;
- информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях;
- участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров;
- стимулирования клиентов на заключение сделки;
- контроля состояния товарных запасов;
- анализа выполнения плана продаж;
- информационно-справочного консультирования клиентов;
- контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания;
- обеспечения соблюдения стандартов организации..

уметь:

- работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации;
- вести и актуализировать базу данных клиентов;
- формировать отчетную документацию по клиентской базе;
- анализировать деятельность конкурентов;
- определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных;
- планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами;
- вести реестр реквизитов клиентов;
- использовать программные продукты;
- планировать объемы собственных продаж;
- устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения;
- использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним;
- формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента;
- планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации;
- использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости;
- предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме;
- опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг;

- работать с возражениями клиента;
- применять техники по закрытию сделки;
- суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту;
- фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме;
- обеспечивать конфиденциальность полученной информации;
- анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий;
- оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации;
- подготавливать документацию для формирования заказа;
- осуществлять мероприятия по размещению заказа;
- следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях;
- принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств;
- осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации;
- оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции;
- осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий;
- организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации;
- соблюдать конфиденциальность информации;
- предоставлять клиенту достоверную информацию;
- корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту;
- соблюдать в работе принципы клиентоориентированности;
- обеспечивать баланс интересов клиента и организации;
- обеспечивать соблюдение требований охраны;
- разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров;
- собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж;
- планировать работу по выполнению плана продаж;
- анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации;
- анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж;
- анализировать возможности увеличения объемов продаж;
- планировать и контролировать поступление денежных средств;
- обеспечивать наличие демонстрационной продукции;
- применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж;
- планировать рабочее время для выполнения плана продаж;

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

знать:

- 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.

1.2. ВИД ПРАКТИКИ, СПОСОБ И ФОРМА ЕЕ ПРОВЕДЕНИЯ

Вид практики – производственная.

Способ проведения производственной практики по профессиональному модулю *ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»*

в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 *Торговое дело*, на основе договоров, заключенных между университетом и организацией на проведение производственной практики.

Форма проведения производственной практики по профессиональному модулю *ПМ.03 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»*:

концентрированно - путем выделения в графике учебного процесса непрерывного периода учебного времени для проведения производственной практик, предусмотренных ОПОП СПО, после освоения всего модуля.

1.3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Результаты освоения ООП: код и формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения: знания, умения, навыки характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы
Общие компетенции	
ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.	Умения: распознавать задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте; 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). Знания: актуальный профессиональный и социальный контекст, в котором приходится работать и жить; – основные источники информации и ресурсы для решения задач и проблем в профессиональном и/или социальном контексте; алгоритмы выполнения работ в профессиональной и смежных областях; методы работы в профессиональной и смежных сферах; структуру плана для решения задач; порядок оценки результатов решения задач профессиональной деятельности
ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	Умения: 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 Знания: номенклатура информационных источников, применяемых в профессиональной деятельности; приемы структурирования информации; формат оформления результатов поиска информации, современные средства и устройства информатизации; – порядок их применения и программное обеспечение в профессиональной деятельности, в том числе с использованием цифровых средств
ОК-4. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	Умения: организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности Знания: психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной 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; Знания: особенности социального и культурного контекста; - правила оформления документов и построения устных сообщений
ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	Умения: 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. Знания: правила построения простых и сложных предложений на профессиональные темы; основные общеупотребительные глаголы (бытовая и профессиональная лексика); лексический минимум,

	относящийся к описанию предметов, средств и процессов профессиональной деятельности; - правила чтения текстов профессиональной направленности.
Профессиональные компетенции	
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: 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.. Знания: методов и инструментов работы с базами данных специализированных программных продуктов; методики выявления потребностей клиентов; Умения: 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..
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.	Практический опыт: 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. Умения: 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.; Знания: методики выявления потребностей; техники продаж; методик проведения презентаций; потребительских свойств товаров; требований и стандартов производителя.;
ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов	Практический опыт: сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; мониторинг и контроль выполнения условий договоров.. Умения: 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.. Знания: принципов и порядка ведения претензионной работы; ассортимента товаров; стандартов организации; стандартов менеджмента качества; гарантийной политики организации.
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.	Практический опыт: анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; выполнения запланированных показателей по объему продаж. Умения: 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; Знания: специализированных программных продуктов.
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	Практический опыт: 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;; Умения: 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. Знания: методики позиционирования продукции организации на рынке; методов сегментирования рынка; методов анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции.
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	Практический опыт: контроля состояния товарных запасов Умения: анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; анализировать оборачиваемость складских остатков. Знания: инструкций по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов..
ПК 3.7. Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов	Практический опыт: анализа выполнения плана продаж. Умения: составлять отчетную документацию по продажам. Знания: приказов, положений, инструкций, нормативной документации по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания..
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное	Практический опыт: информационно-справочного консультирования клиентов; контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; обеспечения соблюдения стандартов организации. Умения: разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента;

сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; инициативно вести диалог с клиентом; резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; разрабатывать рекомендации для клиента; собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; вести деловую переписку с клиентами и партнерами; использовать программные продукты.. Знания: основ организации послепродажного обслуживания
---	---

1.4. МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Производственная практика реализуется в рамках профессионального модуля *ПМ.02 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»*.

1.5. МЕСТО И ВРЕМЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.

Производственная практика по профессиональному модулю *ПМ.02 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»* проводится у обучающихся: очной формы обучения 2 курса в 4 семестре (среднее общее образование) и 3 курса в 6 семестре (основное общее образование); заочной формы обучения 3 курса (среднее общее образование) и 4 курса (основное общее образование) в течение *шести* недель.

Производственная практика проходит в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки специалистов среднего звена по специальности *38.02.08 Торговое дело* между университетом и организацией на проведение производственной практики.

Для производственной практики - специально оборудованные помещения или иные подразделения организаций, с которыми заключен договор на организацию и проведение практики.

РАЗДЕЛ 2. СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость производственной практики

Продолжительность производственной практики по профессиональному модулю *ПМ.02 «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»* согласно ФГОС СПО по специальности *38.02.Торговое дело* и учебному плану составляет *шесть* недель.

2.2. Содержание этапов прохождения производственной практики

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы на практике
1	Подготовительный этап	Производственный инструктаж, в том числе инструктаж по технике безопасности, пожарной безопасности. Ознакомление с требованиями охраны труда и правилами внутреннего трудового распорядка организации.
2	Основной этап (<i>практическая подготовка</i>) 1. Изучение инструкций по охране труда. 2. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами 3. Маркетинг в торговле	Общие требования охраны труда. Требования охраны труда перед началом работы; во время работы; в аварийных ситуациях; по окончании работы. 2.1. Анализ текущей клиентской базы и уровня удовлетворенности клиентов качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия. 2.2. Анализ программы лояльности торговой организации и разработка предложений по ее совершенствованию на основе принципов клиентоориентированности 2.3. Разработка плана оформления витрин и выставок, в т.ч. с применением цифровых технологий. 2.4. Осуществление отгрузки/выдачи продукции клиенту в соответствии с регламентами организации, оформление документации при отгрузке/выдаче продукции 2.5.Формирование аналитических отчетов по продажам с применением специальных программных продуктов. 2.6. Выполнение операций по контролю над состоянием и анализу товарных запасов с применением программных продуктов, 3.1. Анализ возможностей фирмы при выборе целевого рынка. 3.2.Оценка эффективности мероприятий по стимулированию сбыта товара. 3.3.Разработка ценовой политики и её особенности. 3.4.Разработка оптимального ассортимента в товарной политике предприятий. 3.5.Разработка сервисной политики в отношении конкретного товара. 3.6.Анализ ценовой стратегии в практике маркетинговой деятельности. 3.7.Сравнительный анализ эффективности каналов сбыта товаров. 3.8.Формирование коммуникационной политики. 3.9. Анализ организации рекламы в Internet.
3	Этап обработки и анализа полученного профессионального опыта (<i>практическая подготовка</i>)	Сбор документации для обработки и анализа информации в организации.
4	Этап подготовки отчета	Составление отчета по производственной практике.

РАЗДЕЛ 3. СИСТЕМА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Формы документов и отчетности о прохождении производственной практики

При направлении на производственную практику по профессиональному модулю ПМ.02 *«Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами»* обучающийся получает:

- Инструкцию по технике безопасности и правилам поведения при прохождении практики по профессиональному модулю обучающимися СибУПК в организации;
- Задание на производственную практику.

В период прохождения производственной практики обучающимся ведется Дневник прохождения практики. В качестве приложения к дневнику практики обучающийся оформляет материалы, подтверждающие практический опыт, полученный на практике.

По результатам прохождения производственной практики обучающийся обязан предоставить на кафедру:

- Отчет о прохождении производственной практики;
- Аттестационный лист по производственной практике;
- Характеристику обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения производственной практики;
- Дневник прохождения практики.

3.2. Требования к содержанию и оформлению Отчета о прохождении производственной практики

При представлении Отчета о прохождении производственной практики основные структурные элементы располагаются в следующей последовательности:

- Подтверждение организации о принятии студента на практику (договор с организацией/письмо-направление);
- Титульный лист Отчета о прохождении производственной практики;
- Аттестационный лист по производственной практике;
- Характеристика обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения производственной практики;
- Задание на производственную практику;
- Дневник прохождения практики;
- Содержание;

- Введение;
- Основная часть Отчета о прохождении производственной практики;
- Заключение;
- Список использованных источников;
- Приложения.

Титульный лист выступает первой страницей Отчета о прохождении производственной практики, при этом номер страницы не проставляется.

Содержание является второй страницей Отчета о прохождении производственной практики, на которой номер страницы проставляется.

Содержание включает Введение, наименование разделов основной части Отчета о прохождении производственной практики, Заключение, Список использованных источников и Приложения с указанием номеров страниц, с которых начинаются перечисленные элементы. Слово «Содержание» записывается в виде заголовка прописными буквами.

Введение включает следующие обязательные элементы: цель и задачи производственной практики, указание организации, на базе которой проходила производственная практика, краткое описание выполненных работ на практике, практическая значимость полученных результатов.

Основная часть Отчета состоит из следующих разделов:

- характеристика и структура организации (предприятия); охрана труда;
- организация и технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами;
- анализа организации маркетинговой работы в организации (предприятии).

В Заключении должны быть представлены основные итоговые результаты выполненных работ, изложены краткие выводы.

Список использованных источников является необходимым и завершающим элементом Отчета о прохождении производственной практики. Список использованных источников должен содержать библиографическое описание источников, непосредственно использованных студентом в процессе прохождения производственной практики и подготовки Отчета о прохождении производственной практики. В данный Список использованных источников могут быть включены источники, как рекомендованные преподавателем профессионального модуля (руководителем производственной практики), так и самостоятельно найденные и использованные обучающимся при выполнении работ.

В Приложения включаются материалы, связанные с выполнением работ на практике.

3.3. Порядок проведения промежуточной аттестации по итогам производственной практики

Аттестация по итогам производственной практики проводится у обучающихся: очной формы обучения 2 курса в 4 семестре (среднее общее образование) и 3 курса в 6 семестре (основное общее образование); заочной формы обучения в 6 семестре (среднее общее образование) и 8 семестре (основное общее образование).

В качестве формы контроля предусмотрен дифференцированный зачет в форме собеседования, который выставляется при условии:

- положительного Аттестационного листа по практике руководителей практики от организации и образовательной организации об уровне освоения профессиональных компетенций;
- наличия положительной Характеристики организации на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики;
- полноты и своевременности представления Дневника о прохождении практики;
- полноты и своевременности представления Отчета о прохождении производственной практики в соответствии с Заданием на производственную практику.

РАЗДЕЛ 4. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

4.1. Учебно-методическое обеспечение практики

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. — (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. Резник, Г. А. Маркетинг : учебное пособие / Г.А. Резник. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 199 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-018914-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2067373> .

4.2. Дополнительная учебная 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
4. Лукина, А. В. Маркетинг : учебное пособие / А.В. Лукина. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2022. — 238 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-00091-694-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818638>.
5. 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>

4.3. Нормативные документы

6. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30.11.1994 № 51-83: принят Государственной Думой 21 октября 1994 г. (в действ. ред.).
7. О защите прав потребителей: Федеральный Закон от 7 февраля 1992 г. № 2300-І (в действ. ред.).
8. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: Федеральный Закон от 28 декабря 2009 г. № 381 (в действ. ред.).
9. Правила торговли: с дополнениями и изменениями на 2024 год. — Москва: Издательство АСТ, 2024. — 96 с.

4.4. Современные профессиональные базы данных и информационные ресурсы сети Интернет

- Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: <http://www.internet.consultant.ru>
- Справочно-правовая система «Гарант»: <http://www.internet.garant.ru>
- Справочно-правовая система «Руслана»: <http://ruslana.bvdep.com>

4.5. Перечень лицензионного программного обеспечения и информационных справочных систем

- Microsoft Windows
- Microsoft Word
- Microsoft Office 365

- Антивирус Касперского
- Справочно-правовая система «Консультант Плюс»: <http://www.internet.consultant.ru>
- Справочно-правовая система «Гарант»: <http://www.internet.garant.ru>

РАЗДЕЛ 5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

5.1 Текущий контроль

Текущий контроль оценивает ход прохождения производственной практики, применяемый для проверки степени освоения программы прохождения практики и проводится в виде собеседования и проверки выполнения обучающимся индивидуального задания.

Текущий контроль осуществляется руководителем от организации. Проводится в форме предварительной проверки материалов отчета по практике.

Промежуточная аттестация проводится в форме дифференцированного зачета. Дифференцированный зачет проводится в виде защиты отчетов по практике.

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущего контроля.

Примерные вопросы опроса текущего контроля:

1. Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании.
2. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов.
3. Пути формирования клиентской базы
4. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, CEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM).
5. Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России.
6. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий
7. 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»
8. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров.

9. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков.

10. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине

11. Мерчандайзинг. понятие, правила и программы

12. Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров.

13. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников.

14. Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж.

15. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах

16. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок

17. Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров

18. Стандарты менеджмента качества, применяемые в отрасли: номенклатура, требования. Бизнес-процессы и стандарты работы розничного магазина

19. Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию

20. Позиционирование продукции организации на рынке

21. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента.

22. Методы стимулирования продаж

23. Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах

24. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов

25. Маркетинговая деятельность в современных условиях как система управления производством, распределением и реализацией товаров, услуг и других видов человеческой деятельности.

26. Цели, принципы, функции маркетинга. Концепции маркетинга.

27. Многофакторная среда маркетинга: понятие и классификация. Понятие о внешней и внутренней средах маркетинга предприятия.

28. Основные факторы внешней и внутренней среды, влияющие на деятельность предприятия.

29. Понятие маркетингового исследования. Основные направления исследований в маркетинге. Процесс маркетингового исследования. Виды информации. Первичная и вторичная информации. Источники получения.

30. Методы сбора первичной информации: опрос, эксперимент, наблюдение. Выборка. Требования к составлению анкеты. Виды вопросов. Технология подготовки и проведения анкетного опроса.

31. Модель покупательского поведения потребителей. Факторы, оказывающие влияние на покупательское поведение потребителей. Процесс принятия решения о покупке

32. Сегментация рынка, ее сущность и значение. Принципы и критерии сегментации. Выбор целевых сегментов рынка. Стратегии охвата рынка: недифференцированный маркетинг, дифференцированный маркетинг, концентрированный маркетинг.

33. Понятие позиционирования товара на рынке. Роль и значение позиционирования в маркетинговой деятельности.

34. Понятие и сущность комплекса маркетинга. Элементы и стратегия комплекса маркетинга. Товарная политика. Ценовая политика. Сбытовая политика. Коммуникационная политика

5.2. Критерии оценки при защите отчета по практике:

«отлично» - заслуживает студент, обнаруживший знания учебного материала от достаточных до всесторонних и глубоких, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой практики, усвоивший основную и дополнительную литературу. Выполнены все требования к написанию отчета; логично изложен материал, сформулированы выводы, выполнено индивидуальное задание, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на вопросы;

«хорошо» - заслуживает обучающийся, обнаруживший достаточные знания учебного материала, умеющий в целом хорошо выполнять задания, предусмотренные программой практики, усвоивший основную литературу и частично знакомый с дополнительной литературой. Выполнены все требования к написанию и защите отчета, выполнено индивидуальное задание, но при этом имеются недочеты: имеются неточности в изложении материала, не выдержан объём, имеются упущения в оформлении, даны неполные ответы на дополнительные вопросы;

«удовлетворительно» - заслуживает обучающийся, обнаруживший частичные знания учебного материала, умеющий выполнять часть задания, предусмотренные программой практики, усвоивший основную литературу. Имеются существенные отступления от требований к оформлению отчета. В частности, допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы; во время защиты отсутствует вывод;

«неудовлетворительно» - заслуживает обучающийся, не усвоивший значительную часть программного материала практики, не ответивший на большинство основных и дополнительных вопросов, либо отказавшийся отвечать на вопросы, не выполнивший индивидуальное задание.



**Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
«Сибирский университет потребительской кооперации»**

ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

Вид практики: *ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ*

По профессиональному модулю: *ПМ. 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.*

Специальность СПО: *38.02.08 Торговое дело*

Выдано обучающемуся _____ курса _____ группы

(Ф.И.О.)

(наименование организации)

Сроки прохождения практики с «___» _____ 20__ по «___» _____ 20__ года

В ходе прохождения практики предусмотрено выполнение следующих видов работ:

1. Ведение и оформление Дневника прохождения практики.
2. Составление и оформление Отчета о прохождении практики.
3. Индивидуальное Задание на практику:

№	Виды работ (перечень заданий) на практике	Количество часов на выполнение задания
1.	<i>Подготовительный этап</i>	4
2.	<i>Основной этап</i> Выполнение производственных заданий. Сбор, обработка и систематизация фактического и литературного материала. Наблюдения, измерения и другие выполняемые обучающимися виды работ.	52
3.	<i>Этап обработки и анализа информации:</i> - изучение инструкций по охране труда; - технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами; - маркетинг в торговле	52
4.	<i>Этап подготовки отчета</i>	4
Всего		108

Задание выдано

Руководитель практики от образовательной организации _____
(должность, Ф.И.О.)

Дата «___» _____ 20__ года _____
(подпись)

Задание согласовано

Руководитель практики от организации _____
(должность) (подпись) (Ф.И.О.)

Задание получено

Обучающийся _____
(Ф.И.О.)

Дата «___» _____ 20__ года _____
(подпись)



**Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
«Сибирский университет потребительской кооперации»**

Кафедра торгового дела и рекламы

**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

(Ф.И.О. полностью)

обучающийся(ая) на _____ курсе _____ группы по специальности СПО 38.02.08
Торговое дело

Успешно прошел(ла) производственную практику по профессиональному модулю ПМ. 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами.

в объеме _____ часов с «___» _____ 20__ по «___» _____ 20__ года
в организации _____.

(наименование организации, юридический адрес)

Оценка освоения профессиональных компетенций на уровне закрепления первоначального практического опыта и приобретения самостоятельного практического опыта по виду деятельности 3.4.1. Документирование хозяйственных операций и ведение бухгалтерского учета активов организации

Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики, в рамках освоения профессиональных компетенций	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика
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	соответствует (не соответствует) технологии данного вида работы
ПК 3.2. Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.	соответствует (не соответствует) технологии данного вида работы
ПК 3.3. Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов	соответствует (не соответствует) технологии данного вида работы
ПК 3.4. Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.	соответствует (не соответствует) технологии данного вида работы
ПК 3.5. Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса	соответствует (не соответствует) технологии данного вида работы
ПК 3.6. Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов	соответствует (не соответствует) технологии данного вида работы
ПК 3.7. Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов	соответствует (не соответствует) технологии данного вида работы
ПК 3.8. Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий	соответствует (не соответствует) технологии данного вида работы

Характеристика обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики

В ходе проведения практики демонстрировал интерес к будущей профессии, проявил понимание сущности и социальной значимости своей будущей профессии, рационально организовывал собственную деятельность, выбирал типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивал их эффективность и качество, принимал правильные решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нес за них ответственность, осуществлял поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития, использовал информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности в ходе практики, работал в коллективе и команде, эффективно общался с коллегами, руководством, потребителями, брал на себя ответственность за работу членов команды, за результат выполнения заданий, самостоятельно определял задачи профессионального и личностного развития, занимался самообразованием, осознанно планировал повышение квалификации, ориентировался в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности, успешно выполнял все виды работ в условиях, имитирующих боевые действия.
(выбранные позиции подчеркнуть)

Дополнительно об обучающемся сообщаем: _____

Руководитель практики от организации

(подпись, заверенная печатью) / (Ф.И.О.)

Руководитель практики
от образовательной организации

(подпись) / (Ф.И.О.)



Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
«Сибирский университет потребительской кооперации»

Кафедра торгового дела и рекламы

**ОТЧЕТ О ПРОХОЖДЕНИИ
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

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

Место прохождения практики: _____
(наименование организации (предприятия))

Обучающегося(ейся) _____ курса

(Фамилия И.О.)

(группа, шифр)

Руководитель практики _____

(должность, ученое звание, ученая степень)

(Фамилия И.О.)

Оценка после защиты _____

Дата защиты _____

Новосибирск [год]



Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации
«Сибирский университет потребительской кооперации»

Кафедра торгового дела и рекламы

ИНСТРУКЦИЯ
по технике безопасности и правилам поведения при прохождении
производственной практики по профессиональному модулю
ПМ. 03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
студентами СПО СибУПК в организации

1. К практическим занятиям допускаются лица, ознакомленные с данной инструкцией по технике безопасности и правилам поведения.
2. Работа студентов в организации разрешается только в присутствии руководителя.
3. При прохождении практики в компании категорически запрещается:
 - находиться в помещении в верхней одежде;
 - класть одежду и сумки на столы;
 - находиться в помещении с едой и напитками;
 - располагаться сбоку или сзади от включенного монитора;
 - присоединять или отсоединять кабели, трогать разъемы, провода и розетки;
 - передвигать компьютеры;
 - открывать системный блок;
 - лезть различными предметами в розетку.
4. Находясь на практике, студенты обязаны:
 - соблюдать тишину и порядок;
 - выполнять все требования руководителя;
 - работать только по поручению руководителя;
 - соблюдать режим работы, при проявлении рези в глазах, резком ухудшении видимости, невозможности сфокусировать взгляд или навести его на резкость, появлении боли в пальцах и кистях рук, усилении сердцебиения немедленно покинуть рабочее место, сообщить о происшедшем преподавателю и обратиться к врачу;
 - оставлять рабочее место чистым.
5. Работая за рабочим столом и компьютером, необходимо соблюдать правильную позу:
 - расстояние от экрана до глаз 70-80 см (расстояние вытянутой руки);
 - вертикально прямая спина;
 - плечи опущены и расслаблены;
 - ноги на полу и не скрещены;
 - локти, запястья и кисти рук на одном уровне;
 - локтевые, тазобедренные, коленные, голеностопные суставы под прямым углом.
6. При поездке на место практики соблюдать все правила дорожного движения, переходить улицы и положенных местах на зеленый свет светофора, при пользовании метрополитеном соблюдать все правила безопасности.

С инструкцией ознакомлен
Обучающийся _____

(Ф.И.О.)

Дата «_____» _____ 20__ года

_____ (подпись)