

План обучения на предприятии (на рабочем месте)

№ п/п	Содержание практической подготовки (виды работ)	ПМ/ МДК		ПК/ОК код (или Н/ПО, У, З, Уо, Зо)	Длитель- ность обучения (в часах)	Семестр обучения	Наименование рабочего места, участка	Ответственн ый от предприя- тия (при необ- ходимости)
		Код	Название					
1.	Производственная практика ПП.01.01 1. Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарных рынков и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешних рынках. 2. Осуществление проверки необходимой документации для заключения внешнеторгового контракта. 3. Подготовка процедуры подписания внешнеторгового контракта с контрагентом. 4. Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры. 5. Приемка товаров по количеству и качеству; Изучение инструкций по охране	ПМ.01.01	Организация и осуществление торговой деятельности	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.5. ПК 1.6.	108	4	Рабочие места ООО «Купец»	

	труда.							
2.	Производственная практика ПП.02.01 1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования 2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. 3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. 5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты	ПМ.02.01	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	ПК 2.1. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8. ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	72	5	Рабочие места ООО «Купец»	

исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.							
6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.							
7. Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий.							
8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках							
9. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.							
10. Оформление результатов маркетингового исследования.							
11. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям							
12. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой							

организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. 13. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). 14. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. 15. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 16. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. 17. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. 18. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги 19. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации							
---	--	--	--	--	--	--	--

3.	Производственная практика ПП.03.01 1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. 2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. 3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. 4. Анализ поисковой выдачи. 5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. 6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» 7. Определение стратегии поискового продвижения. 8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. 9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.	ПМ.03.01	Организация и осуществление интернет-маркетинга	ПК 3.4. ПК 3.5. ПК 3.6. ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	72	6	Рабочие места ООО «Купец»
----	---	----------	---	--	----	---	---------------------------

	11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». 13. Разработка лендинга. 14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. 15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.						
4.	Производственная практика ПП.04.01 1.приемки товаров по количеству и качеству; 2.составления договоров; 3.установления коммерческих связей; 4.соблюдения правил торговли;	ПМ.04.01	Выполнение работ по профессии, должности служащего 17351-Продавец непродовольственных товаров	ПК 3.4. ПК 4.5. ПК 4.6. ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05	72	3	Рабочие места ООО «Купец»

	5.выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации; 6.эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдением правил охраны труда						
5.	Учебная практика УП ПМ.04.01 ▪ работа с немеханическим торговым оборудованием; ▪ работа с подъемно-транспортным оборудованием; ▪ ведение расчетов с покупателями; ▪ устранение ошибок при работе на ККМ; ▪ работа по считыванию штрих-кода сканером; ▪ работа с кредитными картами; ▪ работа по проверке денежных билетов; ▪ оформление кассовой и отчетной документации; ▪ сдача денег в главную кассу; ▪ проведение учета денежных средств;	МДК.04.01	Выполнение работ по профессии, должности служащего 17351-Продавец непродовольственн ых товаров	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ПК 4.4. ПК 4.5. ПК 4.6.	36	2	

6.	Учебная практика УП ПМ.01.01 1. Составление перечня требований внешних рынков к товарной продукции организации. 2. Подготовка рекомендаций по омологации товарной продукции по итогам анализа требований определенного внешнего рынка. 3. Составление коммерческого предложения, запроса, оферты, сопроводительного письма. 4. Подготовка сводных отчетов и предложений о потенциальных партнерах на внутреннем и внешнем рынках. 5. Формирование списка потенциальных партнеров для заключения договоров на поставку и/или заключения внешнеторгового контракта. 6. Формирование проекта договора поставки и/или внешнеторгового контракта. 7. Документальное оформление отклонений от	МДК.01.01	Организация и осуществление торговой деятельности	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09 ПК 1.2. ПК 1.3. ПК 1.4.	36	4	Мастерская/зона по видам работ «Учебный магазин»	

	выполнения обязательств по внешнеторговому контракту; 8. Оформление претензий при нарушении договорных обязательств; 9. Подготовка алгоритма по организации претензионной работы. 10. Формирование начальной (максимальной) цены закупки, описания объекта закупки, требований к участнику закупки, порядка оценки участников, проекта контракта. Оформление продажи товаров с применением цифровых инструментов: онлайн-касс, электронных платформ, ресурсов интернет, безналичных платежей.							
7.	Учебная практика УП ПМ.03.01 1. Определение целевой аудитории: выделить сегменты	МДК.03.01	Организация и осуществление интернет-маркетинга	ОК 01 ОК 02 ОК 04 ОК 05 ОК 09	72	6	Мастерская/зона по видам работ «Учебный магазин»	

целевой аудитории, составить описание каждого сегмента с учетом следующих характеристик: фото типичного представителя, пол, возраст, география проживания, семейное положение, образование, доход, профессиональная деятельность, интересы, стиль жизни. 2. Анализ и применение инструментов для проведения технического аудита. 3. Составление аналитической справки, в которой будет проведен анализ присутствия заказчика в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. 4. Создание и анализ стратегии продвижения в социальных сетях. 5. Разработка и анализ контент-плана для разных типов предприятий. 6. Разработка уникальных торговых предложений. 7. Создание рекламных текстов и слоганов для продвижения товара. 8. Анализ результатов маркетинговой активности. 9. Расчет стоимости рекламной кампании.			ПК 3.2. ПК 3.3. ПК 3.4.					
---	--	--	--	--	--	--	--	--

--	--	--	--	--	--	--	--	--

План обучения на рабочем месте содержит тематический и календарный план-график практической подготовки среднего профессионального образования и служит основой для составления и дальнейшего обучения по плану выполнения работ на предприятии.