

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кандрашина Елена Александровна

Должность: И.о. ректора ФАГОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»

Дата подписания: 18.07.2024 13:09:17

Уникальный программный ключ:

2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Факультет среднего профессионального и предпрофессионального образования

Кафедра факультета среднего профессионального и предпрофессионального образования

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины ПДП ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
(ПРЕДДИПЛОМНАЯ)

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Квалификация (степень) выпускника Специалист торгового дела

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Программа производственной практики (преддипломной) является частью ОП СПО, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, реализуемым в системе высшего и среднего профессионального образования, учебным планом и рабочей программой профессионального модуля.

Производственная практика (преддипломная) является одним из завершающих этапов обучения по программе подготовки специалистов среднего звена специальности 38.02.08 «Торговое дело» и направлена на проверку готовности обучающегося к самостоятельной трудовой деятельности по основным видам деятельности (ВД):

- организация и осуществление торговой деятельности;
- организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли;
- организация и осуществление интернет-маркетинга.

Целями производственной практики (преддипломной) является: углубление практического опыта обучающегося, развитие общих и профессиональных компетенций, проверка его готовности к самостоятельной трудовой деятельности, а также на подготовку к выполнению выпускной квалификационной работы.

Исходя из поставленных целей, производственная (преддипломная) практика решает следующие *задачи*:

- развитие профессиональных умений и опыта организация и осуществление торговой деятельности;
- развитие профессиональных навыков и опыта организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли;
- развитие профессиональных навыков и опыта организация и осуществление интернет-маркетинга;
- подготовка к выполнению дипломной работы;
- сбор, анализ и обработка практических данных, необходимых для успешной сдачи демонстрационного экзамена.

Способы и формы проведения производственной практики (преддипломной):

- 1) способ проведения – стационарный;
- 2) форма проведения – дискретно:
 - по видам практик - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики.
- 3) тип практики – производственная.

2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПРИ ПРОХОЖДЕНИИ ПРАКТИКИ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Данный вид практики направлен на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Общие компетенции (ОК):

Код	Наименование общих компетенций
ОК 01.	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности, применительно к различным контекстам
ОК 02.	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
ОК 03.	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях
ОК 04.	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

ОК 05.	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
ОК.06.	Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения
ОК.07.	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях
ОК.08.	Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности
ОК 09.	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

Профессиональные компетенции:

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД	Организация и осуществление торговой деятельности
ПК 1.1	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.
ПК 1.2	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.
ПК 1.3	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.
ПК 1.4	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.
ПК 1.5	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.
ПК 1.6	Организовывать выполнение торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.
ВД	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
ПК 2.1	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.
ПК 2.2	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.
ПК 2.3	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.
ПК 2.4	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.
ПК 2.5	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.6	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.
ПК 2.7	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.
ПК 2.8	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.
ВД	Организация и осуществление интернет-маркетинга
ПК 3.1	Определять готовность веб-сайта к продвижению
ПК 3.2	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

ПК 3.3	Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки
ПК 3.4	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество
ПК 3.5	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
ПК 3.6	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

В результате прохождения производственной практики (преддипломной) студент должен обладать профессиональными умениями и опытом профессиональной деятельности по избранной специальности:

Организация и осуществление торговой деятельности:

Иметь практический опыт	<p>сбора и анализа информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий; установления хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта.</p> <p>подготовки, оформления и проверки закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий.</p> <p>организации подготовки к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение.</p> <p>Осуществления контроля исполнения обязательств по внешнеторговому контракту.</p> <p>Организации выполнения торгово-технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий.</p>
уметь	<p>пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внешних и внутренних рынках;</p> <p>проводить исследование рынка поставщиков, создавать и вести базу поставщиков и покупателей товаров;</p> <p>обобщать и систематизировать коммерческую информацию, формировать базы данных с информацией о ценах на товары, работы, услуги, требованиях внешних и внутренних рынков к товарной продукции, статистически ее обрабатывать в формате электронных таблиц и формулировать аналитические выводы;</p> <p>анализировать внешнюю конкурентную среду для выявления аналогичных или взаимозаменяемых товаров;</p> <p>создавать и вести информационную базу данных поставщиков и покупателей;</p> <p>составлять документы, формировать, архивировать, направлять документы и информацию;</p> <p>осуществлять выбор поставщиков;</p> <p>оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</p> <p>работать в единой информационной системе;</p> <p>применять основные положения нормативно-правовых актов в сфере закупочной деятельности;</p> <p>разрабатывать закупочную документацию;</p> <p>классифицировать товары на внутренних и внешних рынках;</p> <p>разрабатывать тексты рекламной информации о товарах отечественного производства на иностранном языке для последующего распространения на внешних рынках;</p> <p>подготавливать коммерческие предложения, запросы;</p> <p>оформлять документацию в соответствии с требованиями законодательства Российской Федерации и международных актов;</p> <p>составлять и оформлять отчет, содержащий информацию о ходе исполнения контракта, о соблюдении промежуточных и окончательных сроков исполнения контракта, о ненадлежащем исполнении контракта (с указанием допущенных</p>

	<p>нарушений) или о неисполнении контракта и о санкциях, которые применены в связи с нарушением условий контракта или его неисполнением, об изменении или о расторжении контракта в ходе его исполнения, об изменении контракта или о расторжении контракта; осуществлять организацию оплаты/возврата денежных средств, организовывать уплату денежных сумм по банковской гарантии в предусмотренных случаях;</p> <p>обобщать и систематизировать коммерческую информацию для подготовки сводных отчетов и аналитических материалов;</p> <p>осуществлять цифровые платежи, облачные вычисления, системный анализ больших данных, использовать технологии 5G в организации деловой переписки и электронного документооборота;</p> <p>осуществлять процесс поиска и заказа товаров с применением цифровых платформ;</p> <p>проводить анализ перемещения покупателей по торговому залу по данным камер видео наблюдений с целью оптимизации торгового пространства;</p> <p>осуществлять контроль за количеством и сроками хранения продовольственных товаров с применением датчиков контроля (интернет-вещей);</p> <p>использовать технологии дополненной реальности для повышения объема продаж;</p> <p>применять цифровые вывески с использованием компьютерного зрения;</p> <p>применять технологии интернет-вещей в организации работы торговых площадок;</p> <p>управлять полочным пространством магазина в облачной ABM SHELF;</p> <p>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;</p> <p>оформлять заказы на поставку товаров с применением компьютерных программ;</p> <p>пользоваться современными поисковыми системами для сбора информации о внутренних внешних рынках.</p>
<p>знать</p>	<p>методы и инструменты работы с базами данных внутренних и внешних рынков; стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</p> <p>правовые нормы оформления и заключения договоров с поставщиками и потребителями товаров и услуг;</p> <p>структуру и содержание договора поставки, спецификации и сопроводительного письма критерии поиска и методы отбора поставщиков;</p> <p>методы и инструменты работы с базами больших данных;</p> <p>требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, законодательство Российской Федерации о контрактной системе в сфере закупок товаров;</p> <p>особенности составления закупочной документации;</p> <p>методы определения и обоснования начальных максимальных цен контракта;</p> <p>основные технические характеристики, преимущества и особенности продукции организации, поставляемой на внешние рынки;</p> <p>нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность;</p> <p>международные правила толкования наиболее широко используемых торговых терминов в области внешней торговли;</p> <p>международные договоры в сфере стандартов и требований к продукции;</p> <p>стандарты и требования внешних рынков к товарной продукции;</p> <p>методы и инструменты работы с базами данных и источниками маркетинговой информации о внешних рынках;</p> <p>методы разработки рекламной информации для внешних рынков и инструменты продвижения товаров и услуг на внешних рынках;</p> <p>основные виды и методы международных маркетинговых коммуникаций;</p> <p>документооборот внешнеторговых сделок;</p> <p>основы риск-менеджмента во внешнеэкономической деятельности;</p>

	<p>виды торговых структур; формы и виды торговли, составные элементы торговой деятельности; материально-техническую базу торговли; инфраструктуру потребительского рынка; средства, методы, инновации в отрасли; организацию торгово-технологических процессов в офлайн и онлайн торговле; требования к порядку заполнения и ведения рабочей документации, схем электронного документооборота; основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты внутренней и внешней торговли; требования законодательства Российской Федерации, нормативные правовые акты, регулирующие торговую деятельность; правила торговли; количественные и качественные показатели оценки эффективности торговой деятельности.</p>
--	--

Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли:

Иметь практический опыт	<p>проведения маркетинговых исследований; разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации; проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий. установления конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках. разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов. расчета показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов. определения мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности. сбора информации о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.</p>
уметь	<p>применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; проводить маркетинговые исследования; обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; развивать идеи до бизнес-предложений; оценивать риски, связанные с бизнесом; собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; использовать методы экономического анализа; применять программные продукты; разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; собирать информацию о бизнес-проблемах;</p>

	анализировать финансовую отчетность на предмет рисков.
знать	<p>методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</p> <p>этапы маркетинговых исследований, их результат;</p> <p>методы проведения маркетингового исследования;</p> <p>психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;</p> <p>средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;</p> <p>порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;</p> <p>методы оценки конкурентной среды;</p> <p>нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</p> <p>порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;</p> <p>принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <p>методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;</p> <p>методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;</p> <p>схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;</p> <p>методику анализа эффективности использования производственных ресурсов</p> <p>методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;</p> <p>инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;</p> <p>методы оценки риска, связанных с бизнесом;</p> <p>меры снижения риска, связанных с бизнесом;</p> <p>методы оценки выполнимости бизнес-идеи;</p> <p>основные способы анализа и оценки рисков;</p> <p>состав моделей оценки риска;</p> <p>способы оценки риска ликвидности.</p>

Организация и осуществление интернет-маркетинга:

Иметь практический опыт	<p>проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;</p> <p>анализа поисковой выдачи;</p> <p>анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</p> <p>определения стратегии поискового продвижения;</p> <p>определения стратегии продвижения в социальных сетях;</p> <p>размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;</p> <p>разработки лендинга;</p> <p>анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</p> <p>составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</p>
уметь	<p>выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</p> <p>выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</p> <p>использовать инструменты для проведения технического аудита;</p> <p>определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</p> <p>анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</p>

	<p>составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; определять маркетинговые стратегии; составлять smm-стратегии; составлять контент-планы; создавать стратегии продвижения; сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов; разрабатывать уникальные торговые предложения; разрабатывать рекламные модули; обосновывать выбор целевой аудитории; создавать тексты и рекламные слоганы; создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций; рассчитывать бюджет на создание лендинга; писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций; определять СТА для лендингов; работать с бесплатными сервисами создания лендингов; создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок; составлять информационно-аналитические справки.</p>
знать	<p>основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов; основы веб-технологии; основы веб-дизайна; основы компьютерной грамотности; методы обработки текстовой информации; основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин; способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта; правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний; стандарты делового общения в письменной и устной форме; особенности функционирования современных поисковых машин; правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта; правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы); методы обработки текстовой и графической информации; основы копирайтинга и веб-райтинга; перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»; особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа; основы разработки и поддержки сайтов/лендингов; основы гипертекстовой разметки; стандарты верстки веб-сайтов; принципиальные отличия лендингов от сайтов; сервисы для автоматизации рассылок; методы обработки текстовой информации и графической информации.</p>

3. ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПРЕДДИПЛОМНОЙ)

Виды учебной работы	Объем часов	
	очная	
	Всего	6 сем.
ПДП. Производственная практика (преддипломная)	144/ 4 нед.	144/ 4 нед.

4. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Место проведения практики.

Объектами практики по специальности являются торговые предприятия, осуществляющие оптовую/розничную торговлю, коммерчески организации, реализующие рекламной кампании, стратегии продвижения, в том числе в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Производственная практика (преддипломная) организуется на основе договоров между вузом и организациями, в соответствии с которыми указанные организации обязаны предоставить места для прохождения практики студентов СПО.

Общее руководство практикой, контроль за работой студентов, а также консультирование по конкретным вопросам программы практики осуществляет, назначенный приказом ректора, руководитель практики из числа преподавателей профессионального цикла.

Руководитель практики обязан:

- составить и обеспечить выдачу индивидуальные задания на практику;
- обеспечить высокое качество прохождения практики обучающимися в соответствии с настоящей программой;
- проводить контроль за ходом производственной практики (преддипломной) и освоением обучающимися программы практики, беседы и консультации, оказывать помощь в составлении отчетов по практике;
- согласовать индивидуальный календарный график прохождения практики;
- принять, проверить отчеты по практике и оценить результаты работы практиканта.

Организации, участвующие в проведении практики:

- заключают договоры на организацию и проведение практики;
- согласовывают программу практики, планируемые результаты практики, задание на практику;
- предоставляют рабочие места практикантам, назначают руководителей практики от организации, определяют наставников;
- участвуют в организации и оценке результатов освоения общих и профессиональных компетенций, полученных в период прохождения практики;
- участвуют в формировании оценочного материала для оценки общих и профессиональных компетенций, освоенных студентами в период прохождения практики;
- обеспечивают безопасные условия прохождения практики студентами, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;
- проводят инструктаж студентов по ознакомлению с требованиями охраны труда и техники безопасности в организации.

Студенты, проходящие практику обязаны:

- изучить программу практики;
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать правила внутреннего распорядка, требования охраны труда и пожарной безопасности;

- составить индивидуальный календарный график прохождения практики и согласовать его с руководителем практики от Университета и организации;
- подготовить отчет по практике по установленной форме;
- представить отчет о прохождении практики руководителю практики.

№ п/п	Наименование видов работ обучающихся	Количество часов	Формируемые компетенции
	1		2
1	Вводный инструктаж:	2	ОК01 – ОК09
1.1	Ознакомление с целями практики	0,5	ОК01 – ОК09
1.2	Инструктаж по технике безопасности и противопожарной безопасности	0,5	ОК01 – ОК09
1.3	Организационные вопросы	1	ОК01 – ОК09
2	Виды работ в организации:	142	ОК01 – ОК09 ПК 1.1 - ПК 1.6, ПК 2.1 – ПК 2.8, ПК 3.1. – ПК 3.6.
2.1	Краткая характеристика организации: история развития, его местонахождение и организационно - правовая форма; основные направления деятельности организации; схема организационной структуры организации; динамика экономических показателей деятельности	4	ОК01 – ОК09 ПК 1.1 - ПК 1.6, ПК 2.1 – ПК 2.8, ПК 3.1. – ПК 3.6.
2.2	Вид деятельности «Организация и осуществление торговой деятельности»:	38	ОК01 – ОК09 ПК 1.1 - ПК 1.6
	Проведение анализа конъюнктуры и емкости товарного рынка/рынка услуг и подготовка аналитических документов по конкурентным преимуществам продукции организации на внешнем и внутреннем рынках; Анализ процесса закупок на предприятии; Оценка процесса приемки товаров по количеству и качеству; Исследование процесса формирования товарных ресурсов и запасов предприятия; Анализ системы управления полочным пространством предприятия розничной торговли; Оценка документооборота процессов закупки и продажи товаров предприятия	38	ОК01 – ОК09 ПК 1.1 - ПК 1.6
2.3	Вид деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли»:	50	ОК01 – ОК09 ПК 2.1 – ПК 2.8
	Исследование рынка (определение емкости рынка и доли рынка); Изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений,	50	ОК01 – ОК09 ПК 2.1 – ПК 2.8

	<p>процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента);</p> <p>Исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара);</p> <p>Исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене);</p> <p>Исследование рынка.</p> <p>Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.</p> <p>Разработка предложений совершенствования политики ценообразования в организации.</p>		
2.4	Вид деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга»:	50	ОК01 – ОК09 ПК 3.2, ПК 3.3, ПК3.6
	<p>Анализ присутствия предприятия торговли в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</p> <p>Определение стратегии продвижения предприятия в социальных сетях.</p> <p>Определение необходимости разработки лендинга.</p> <p>Анализ рекламной деятельности предприятия</p> <p>Проведение анализа конкурентной рекламы</p> <p>Выявление характеристик целевой аудитории рекламируемого объекта</p> <p>Анализ для разработки позиционирования рекламируемого объекта</p> <p>Проведение исследования для определения рейтингов различных носителей рекламы</p>	50	ОК01 – ОК09 ПК 3.2, ПК 3.3, ПК3.6
	ВСЕГО часов:	144	