

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Национальный исследовательский  
Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского»

Институт экономики

УТВЕРЖДЕНО

решением ученого совета ННГУ  
протокол от  
"24" декабря 2025 г. №15

**Рабочая программа производственной практики  
по ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга»**

**Специальность среднего профессионального образования**

38.02.08 Торговое дело

**Квалификация выпускника**

Специалист торгового дела

**Форма обучения**

очная

Нижний Новгород  
2026

Программа практики составлена в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело.

Авторы:

Преподаватель отделения СПО \_\_\_\_\_

Кулагина К.А.

Программа практики рассмотрена и одобрена на заседании методической комиссии «14» ноября 2025 года протокол №5.

Председатель методической комиссии к.э.н., доцент Макарова С.Д.

**Программа согласована:**

\_\_\_\_\_  
(подпись)

« » 20 г.

МП

## СОДЕРЖАНИЕ:

<b>1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>4</b>
<b>2 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ .....</b>	<b>11</b>
<b>3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>12</b>
<b>4 . УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....</b>	<b>14</b>
<b>5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.</b>	<b>18</b>

## 1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### 1.1. Место производственной практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена (далее ШССЗ)

Производственная практика по профессиональному модулю (далее – ПМ) «Организация и осуществление интернет-маркетинга» входит в профессиональный цикл и относится к ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга», обязательна для освоения на 3 курсе в 6 семестре для очной формы обучения на базе 9 кл., на 2 курсе во 4 семестре для очной формы обучения на базе 11 кл.

### 1.2 Цели и задачи производственной практики:

Цель: закрепление теоретических знаний и умений, полученных в процессе обучения, приобретение практического опыта и формирование профессиональных компетенций, приобретение опыта работы по избранной специальности.

Результатом производственной практики является освоение знаний, умений, приобретение практического опыта, формирование общих и профессиональных компетенций по 38.02.08 Торговое дело виду профессиональной деятельности.

общих компетенций (ОК):

Код компетенции	Формулировка компетенции	Знания, умения
ОК 01	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам	<p><b>Умения:</b> 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;</p> <p>составлять план действия; определять необходимые ресурсы;</p> <p>владеть актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах; реализовывать составленный план; оценивать результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника)</p> <p><b>Знания:</b> 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;</p> <p>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</p>

ОК 02	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности	<p><b>Умения:</b> 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.</p> <p><b>Знания:</b> 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.</p>
ОК 03	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по правовой и финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.	<p><b>Умения:</b> определять актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности; применять современную научную профессиональную терминологию; определять и выстраивать траектории профессионального развития и самообразования; выявлять достоинства и недостатки коммерческой идеи; презентовать идеи открытия собственного дела в профессиональной деятельности; оформлять бизнес-план; рассчитывать размеры выплат по процентным ставкам кредитования; определять инвестиционную привлекательность коммерческих идей в рамках профессиональной деятельности; презентовать бизнес-идею; определять источники финансирования</p> <p><b>Знания:</b> содержание актуальной нормативно-правовой документации; современная научная и профессиональная терминология; возможные траектории профессионального развития и самообразования; основы предпринимательской деятельности; основы финансовой грамотности; правила разработки бизнес-планов; порядок выстраивания презентации; кредитные банковские продукты</p>
ОК 04	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде	<p><b>Умения:</b> организовывать работу коллектива и команды; взаимодействовать с коллегами, руководством, клиентами в ходе профессиональной деятельности</p> <p><b>Знания:</b> психологические основы деятельности коллектива, психологические особенности личности; основы проектной деятельности</p>

ОК 05	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста	<p><b>Умения:</b> грамотно излагать свои мысли и оформлять документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявлять толерантность в рабочем коллективе</p> <p><b>Знания:</b> особенности социального и культурного контекста; правила оформления документов и построения устных сообщений</p>
ОК 07	Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях	<p><b>Умения:</b> соблюдать нормы экологической безопасности; определять направления ресурсосбережения в рамках профессиональной деятельности по специальности осуществлять работу с соблюдением принципов бережливого производства; организовывать профессиональную деятельность с учетом знаний об изменении климатических условий региона.</p> <p><b>Знания:</b> правила экологической безопасности при ведении профессиональной деятельности; основные ресурсы, задействованные в профессиональной деятельности; пути обеспечения ресурсосбережения; принципы бережливого производства; основные направления изменения климатических условий региона.</p> <p><b>Знания:</b> роль физической культуры в общекультурном, профессиональном и социальном развитии человека; основы здорового образа жизни; условия профессиональной деятельности и зоны риска физического здоровья для специальности; средства профилактики перенапряжения</p>
ОК 09	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках	<p><b>Умения:</b> 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</p> <p><b>Знания:</b> 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; особенности произношения; правила чтения текстов профессиональной направленности</p>

профессиональных компетенций (ПК):

<p>Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)</p>	<p>ПК 3.1. Определять готовность веб-сайта к продвижению</p>	<p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;</li> <li>– проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</li> </ul> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;</li> <li>– формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);</li> <li>– выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;</li> <li>– выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;</li> <li>– использовать инструменты для проведения технического аудита.</li> </ul> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;</li> <li>– основы веб-технологии;</li> <li>– основы веб-дизайна;</li> <li>– основы компьютерной грамотности;</li> <li>– методы обработки текстовой информации;</li> <li>– правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;</li> <li>– основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;</li> <li>– правил составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;</li> <li>– основ оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– способов корректировки внутренних ошибок веб-сайта;</li> <li>– особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– особенности функционирования современных поисковых машин;</li> <li>– правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщаемого поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта.</li> </ul>
--	--	--

	<p>ПК 3.2. Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализа поисковой выдачи;</li> <li>– анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;</li> <li>– анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <li>– определения стратегии поискового продвижения;</li> <li>– проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;</li> <li>– анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</li> </ul> <hr/> <p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;</li> <li>– актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";</li> <li>– анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;</li> <li>– составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;</li> <li>– анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;</li> <li>– анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию.</li> </ul> <hr/> <p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– внутренних ошибок веб-сайта, влияющих на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;</li> <li>– особенностей функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;</li> <li>– правил составления и критериев качества списка ключевых слов и словосочетаний;</li> <li>– стандартов делового общения в письменной и устной форме;</li> <li>– особенностей функционирования</li> </ul>
--	--	---

		<p>современных поисковых машин;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– правил формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;</li> <li>– правил формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);</li> <li>– методов обработки текстовой и графической информации;</li> <li>– основ копирайтинга и веб-райтинга.</li> </ul>
ПК 3.3. Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети Интернет	<b>Навыки:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определения стратегии продвижения в социальных сетях.</li> </ul>
	<b>Умения:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– определять маркетинговые стратегии;</li> <li>– составлять smm-стратегии;</li> <li>– составлять контент-планы;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов.</li> </ul>
	<b>Знания:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– основ эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;</li> <li>– правил реферирования, аннотирования и редактирования текстов.</li> </ul>
ПК 3.4. Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;	<b>Навыки:</b>	<p>размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет»;</p> <p>размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «интернет».</p>
	<b>Умения:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разрабатывать уникальные торговые предложения;</li> <li>– разрабатывать рекламные модули;</li> <li>– создавать стратегии продвижения;</li> <li>– сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;</li> <li>– обосновывать выбор целевой аудитории;</li> <li>– создавать тексты и рекламные слоганы.</li> </ul>
	<b>Знания:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– перечня (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети Интернет;</li> <li>– особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа.</li> </ul>
ПК 3.5. Составлять	<b>Навыки:</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разработки лендинга.</li> </ul>

	<p>технические задания в соответствии с требованиями заказчика</p>	<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– создания текстов для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;</li> <li>– различать виды текстов;</li> <li>– рассчитать бюджет на создание лендинга;</li> <li>– писать технические задания на создание лендинга для сторонних организаций;</li> <li>– определять СТА для лендингов;</li> <li>– работать с бесплатными сервисами создания лендингов;</li> <li>– создавать уникального торгового предложения для определенных задач;</li> <li>– работать с сервисами рассылок.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– основ разработки и поддержки сайтов/лендингов;</li> <li>– основ гипертекстовой разметки;</li> <li>– стандартов верстки веб-сайтов;</li> <li>– принципиальных отличий лендингов от сайтов;</li> <li>– сервисов для автоматизации рассылок.</li> </ul>
	<p>ПК 3.6. Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</p>	<p><b>Навыки:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;</li> <li>– анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;</li> <li>– составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.</li> </ul>
		<p><b>Умения:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять информационно-аналитические справки;</li> <li>– оформлять отчетные документы.</li> </ul>
		<p><b>Знания:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– методов обработки текстовой информации и графической информации.</li> </ul>

### 1.3. Трудоемкость освоения программы производственной практики:

в рамках освоения ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга» - 108 ч.

## 2 РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1 Результатом производственной практики по ПМ.03 является освоение общих компетенций

### 2.1.1 Перечень общих компетенций:

Код	Наименование общих компетенций
<b>ОК 01</b>	Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам
<b>ОК 02</b>	Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности
<b>ОК 03</b>	Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.
<b>ОК 04</b>	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
<b>ОК 05</b>	Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста
<b>ОК 09</b>	Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

### 2.1.2. Перечень профессиональных компетенций

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
<b>ВД 3</b>	Организация и осуществление интернет-маркетинга
<b>ПК 3.1</b>	Определять готовность веб-сайта к продвижению
<b>ПК 3.2</b>	Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно- телекоммуникационной сети «Интернет»
<b>ПК 3.3</b>	Разрабатывать стратегии проведения контекстно-медийной и медийной кампаний и их реализации в сети
<b>ПК 3.4</b>	Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет-сообщество;
<b>ПК 3.5</b>	Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика
<b>ПК 3.6</b>	Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

### 3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

#### 3.1 Структура практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Период проведения практики
ОК 01.; ОК 02.; ОК 03.; ОК 04.; ОК 05.; ОК 07.; ОК 09.; ПК 3.1. ; ПК 3.2.; ПК 3.3.; ПК 3.4.; ПК 3.5.; ПК 3.6.	ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга»	108 ч.	6 семестр (для очной формы обучения на базе 9 кл.) 4 семестр (для очной формы обучения на базе 11 кл.)

#### 3.2 Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Наименование дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов (недель)
-------------------	------------	---	---------------------------

<p>ВПД. Организация и осуществление интернет-маркетинга</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.</li> <li>2. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта.</li> <li>3. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.</li> <li>4. Анализ поисковой выдачи.</li> <li>5. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.</li> <li>6. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»</li> <li>7. Определение стратегии поискового продвижения.</li> <li>8. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении.</li> <li>9. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем.</li> <li>10. Определение стратегии продвижения в социальных сетях.</li> <li>11. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> <li>12. Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».</li> <li>13. Разработка лендинга.</li> <li>14. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы.</li> <li>15. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании.</li> <li>16. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</li> </ol>	<p>МДК.03.01 Технология интернет-маркетинга МДК.03.02 Основы торговли на маркетплейсах</p>	<p>108 ч.</p>
---	---	--	---------------

## 4. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

### 4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

- программа производственной практики;
- договор об организации практики;
- предписание на практику;
- индивидуальное задание;
- дневник практики;
- аттестационный лист;
- характеристика работы обучающегося;
- отчет по практике.

### 4.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики

Отчет является результирующим документом студента о прохождении производственной практики. Его содержание зависит от специфики предприятия (организации), где осуществлялась практика.

Отчёт оформляется на листах стандартного формата А4 (210 x 297 мм). Каждый лист должен иметь поля: верхнее, нижнее, левое и правое - 25 мм. Используется шрифт типа Times New Roman Сур или Times NR Сур МТ, размером 14 и межстрочным интервалом в 1,5 строки. Структура отчёта строится в соответствии с основными разделами программы.

#### **Отчёт должен иметь следующие структурные элементы:**

- титульный лист, подписанный руководителями практики от института и предприятия;
- предписание на производственную практику;
- индивидуальное задание, подписанное руководителем практики от предприятия, руководителем практики от университета и студентом;
- характеристика работы обучающегося от руководителя базы практики предприятия;
- аттестационный лист;
- дневник практики;
- распечатанный бланк отзыва руководителя практики;
- отчет по практике, включающий оглавление, введение, 2 раздела (в соответствии с программой практики), заключение, список литературы;
- приложения (копии документов по предприятию).

Объём отчёта должен быть не менее 20-25 страниц компьютерного текста, не считая приложений. Страницы должны быть пронумерованы. При несоблюдении перечисленных требований оценка за отчёт снижается.

Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляют.

Текст отчета

Иллюстрации (чертежи, графики, схемы, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть даны ссылки в работе.

Подрисовочная надпись оформляется следующим образом под рисунком:

РИСУНОК

Рисунок 1 - Направления деятельности предприятия в процентном соотношении

Цифровой материал должен оформляться в виде таблиц. Все таблицы нумеруют арабскими цифрами в пределах всего текста. На все таблицы должны быть ссылки в тексте.

Таблицы оформляются следующим образом:

Таблица 1 – Оборудование торгового предприятия

Наименование	Марка	Габариты	Производитель	Цена	Общая стоимость

Если таблица разорвана, то разрыв оформляется следующим образом:

Продолжение таблицы 1

Наименование	Марка	Габариты	Производитель	Цена	Общая стоимость

Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Формулы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всей работы арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке. Пояснения значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.

Все цитаты, факты, цифровые данные и т. п. в отчете по учебной практике должны сопровождаться ссылкой на источник с полными выходными данными (Ф.И.О. автора, название книги, статьи, год и место издания публикации, порядковый номер страницы). Ссылки в тексте представлены в скобках внутри текста – номера источника в списке литературы и номер страницы. Список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ 7.1–2003 «Библиографическое описание документа. Общие требования и правила оформления», ГОСТ Р 7.0.5 – 2008 «Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления».

### 4.3. Требования к материально-техническому обеспечению

Производственная практика проходит на предприятиях, с которыми у ННГУ заключен договор. На основании договора предприятия (организации) обязаны предоставить места для прохождения практики студентами университета. Также предприятие обеспечивает студентов-практикантов рабочими местами, знакомит их с предприятием (организацией), предоставляет возможность использования имеющейся литературы, технической и другой документации, а также создает необходимые условия для получения в период прохождения практики студентами знаний по вопросам в области экономики, организации и управления торгово-технологическим процессом, логистики и применяемым технологиям, а также технике безопасности и т.п.

На предприятии должно быть торговое оборудование, необходимое для изучения в рамках производственной практики, специальные помещения и другое оборудование в

соответствии с заданиями к производственной практике, представленными в учебно-методическом пособии на производственной практике по ПМ.03.

Кроме этого, предприятие базы-практики должно предоставить студентам возможность использовать технические средства обучения: компьютер, имеющий программное обеспечение общего и профессионального назначения.

#### **4.4. Перечень основной и дополнительной литературы, интернет –ресурсов, необходимых для проведения практики**

##### ***а) основная литература:***

###### *нормативно-правовая*

1. Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г., ФЗ № 381. (в послед. ред.) Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_95629/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/)
2. Федеральный закон «О санитарно-эпидемиологическом благополучии населения» от 30.03.99г. №52.-М., 2009. (ред. от 28.11.2015) Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_22481/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_22481/)
3. Федеральный закон «О защите прав потребителей» от 7 февраля 1992 г. №2300-I (в послед. ред.). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_305/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/)
4. Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч.1-2. (в послед. ред.) Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_5142/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/)
5. Правила продажи отдельных видов товаров от 19 января 1998 г. № 55 (в послед. ред.). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_17579/36e874d3fe241d9a2c1e4fca0a96e25d90d61231/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_17579/36e874d3fe241d9a2c1e4fca0a96e25d90d61231/)
6. Технический регламент Таможенного союза "О безопасности упаковки" (ТР ТС - 005 - 2011) Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_119326/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_119326/)
7. Технический регламент Таможенного союза "О безопасности пищевой продукции" (ТР ТС - 021 - 2011) Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_124768/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_124768/)
8. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения. Дата введения 2014-01-01 Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=STR&n=18289#0>
9. ГОСТ Р 51303-2013 Торговля. Термины и определения. Дата введения 2014-04-01 Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_167655/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_167655/)
10. ГОСТ Р 51304-2009. Услуги торговли. Общие требования. Дата введения 2011-01-01 Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=OTN&n=8692#0>
11. ГОСТ Р 51773-2009 Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. Дата введения 2011-01-01 Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc;base=OTN;n=8693#0>
12. ГОСТ Р 52113-2014 Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг. 01.01.2016 Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=OTN&n=8487>
13. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству (утверждена Постановлением Госарбитража при Совмине СССР от 15.06.65 г. № П-6). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_136662/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_136662/)
14. Инструкция о порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству (утверждена Постановлением Госарбитража при Совмине СССР от 25.04.66 г. №П-7). Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_136661/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_136661/)

15. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы "Гигиенические требования к безопасности и пищевой ценности пищевых продуктов. СанПиН 2.3.2.1078-01". Дата введения: с 1 июля 2002 года Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/Cons\\_doc\\_LAW\\_99214/](http://www.consultant.ru/document/Cons_doc_LAW_99214/)

16. Санитарно-эпидемиологические правила СП 2.3.6.1066-01 "Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов". Введены 1 января 2002 г. Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_33547/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_33547/)

17. СанПиН 2.3.2.1324-03. Гигиенические требования к срокам годности и условиям хранения пищевых продуктов. Дата введения: 25 июня 2003 года Режим доступа: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_42704/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_42704/)

#### учебная:

1. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

2. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2024. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). — ISBN 978-5-9558-0614-3. — Текст: электронный. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359>

3. Шамина, И. С. Маркетплейсы: как заработать свой первый миллион. Инструкция для начинающих: научно-популярное издание / И. С. Шамина. - Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2023. - 272 с. - ISBN 978-5-9729-1451-7. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2094438>

4. Маркетинг: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.]; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 386 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16504-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541073>

Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 579 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17868-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/541305>

#### ***б) дополнительная литература:***

1. Ашманов, И. Оптимизация и продвижение сайтов в поисковых системах / И. Ашманов. СПб.: Питер, 2021.

2. Гаврилов, Л. П. Инновационные технологии в коммерции и бизнесе / Л. П. Гаврилов. — М.: Юрайт, 2021.

Гаврилов, Л. П. Основы электронной коммерции и бизнеса / Л. П. Гаврилов. — М.: Юрайт, 2021.

#### ***в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы***

1. Справочная система «КонсультантПлюс» <http://www.consultant.ru/>

2. Библиографические базы данных Института научной информации <http://www.inion.ru>, свободный доступ;

3. Научная электронная библиотека ELIBRARY.RU <http://www.elibrary.ru>, свободный доступ;
4. Университетская информационная система "Россия" <http://uisrussia.msu.ru>, свободный доступ;
5. Федеральный портал "Российское образование" <http://www.edu.ru>, свободный доступ;
6. ЭБС "Национальный цифровой ресурс "Руконт" <http://www.rucont.ru>; свободный доступ
7. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов <http://fcior.edu.ru>, свободный доступ
8. Электронно-библиотечная система «Polpred.com» <http://www.polpred.com>, свободный доступ
9. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов <http://school-collection.edu.ru>, свободный доступ;
10. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru>, свободный доступ
11. [http:// www. rbc. ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг (материалы аналитического и обзорного характера);
12. [http:// www. rtpress. ru](http://www.rtpress.ru) - Российская торговля;
13. [http:// www. torgrus. ru](http://www.torgrus.ru) - Новости и технологии торгового бизнеса.

#### 4.5. Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Руководитель производственной практики студентов по представлению заведующего кафедрой назначается распоряжением директора института из числа профессоров, доцентов и опытных преподавателей кафедры, имеющих высшее образование, соответствующее профилю учебной практики.

### 5 КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Вид промежуточной аттестации по производственной практике по ПМ.03 – зачет с оценкой.

Контроль и оценка результатов производственной практики осуществляется преподавателем в процессе написания отчета по практике и его защиты с учетом выполнения программы практики и методических указаний.

Принцип и критерии оценки результатов практики (дифференцированного зачета) обучающихся представлены в таблице:

Шкала оценивания	Критерии
Отлично	Задания по производственной практике выполнены полностью в соответствии с учебно-методическим пособием по производственной практике, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, на защите отчета полностью ориентируется в работе, отвечает на все поставленные вопросы, все необходимые компетенции сформированы на высоком уровне
Хорошо	Задания по производственной практике в основном объеме выполнены с незначительными ошибками, в соответствии с

	учебно-методическим пособием по производственной практике, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, на защите отчета в целом ориентируется в работе, отвечает на основные вопросы по работе, необходимые компетенции сформированы на среднем уровне
Удовлетворительно	Задания по производственной практике выполнены в минимальном объеме и/или со значительными ошибками, в соответствии с учебно-методическим пособием по производственной практике, практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, на защите отчета ориентируется в работе недостаточно хорошо, отвечает не на все вопросы по работе, необходимые минимальные компетенции сформированы
Неудовлетворительно	Задания по производственной практике выполнены частично, практические навыки работы с освоенным материалом не сформированы, на защите отчета не ориентируется в работе, на поставленные вопросы не отвечает, необходимые компетенции не сформированы

Приложение А



**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ НИЖЕГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Н.И. ЛОБАЧЕВСКОГО**

**Институт экономики**

**ДНЕВНИК**

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

**по ПМ.03 «Организация и осуществление интернет-маркетинга»**

Обучающийся (ФИО) \_\_\_\_\_

Курс \_\_\_\_\_

Специальность 38.02.08 Торговое дело



