

**Частное образовательное учреждение высшего образования
"Ростовский институт защиты предпринимателя"**

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ А.А. Паршина

**Производственная практика
программа практики**

Закреплена за кафедрой **Экономика и таможенное дело (СПО)**
Учебный план 38.02.08_ОФО_СОО_2024.plx
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Квалификация специалист торгового дела
Форма обучения очная
Форма промежуточной аттестации Зачет с оценкой
Вид практики Производственная
Форма проведения непрерывно
Объём практики 0
Продолжительность в часах/неделях 72/ 2

Распределение часов практики

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2(1.2)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Вид занятий				
Практические занятия	72	72	72	72
Контактная работа	72	72	72	72
в том числе ИКР				
Сам. работа				
Итого			72	72

Программу составил(и):

к.э.н., доц., препод. Черемисина Н.Ф.

Рецензент(ы):

к.э.н., проф. Епифанова Т.В.

Программа практики

Производственная практика

разработана в соответствии с ФГОС СПО:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.08
ТОРГОВОЕ ДЕЛО (приказ Минобрнауки России от 19.07.2023 г. № 548)

составлена на основании учебного плана:

38.02.08_ОФО_СОО_2024.plx

утвержденного учёным советом вуза от 18.01.2024 протокол № 13 .

Программа одобрена на заседании кафедры

Экономика и таможенное дело (СПО)

Протокол от 25.12.2023 г. № 5

Срок действия программы: 2024-2025 уч.г.

Директор Грищенко М.А.

ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

- | | |
|---|---|
| 1 | В результате прохождения производственной практике обучающийся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление интернет-маркетинга (по выбору)» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции. |
|---|---|

МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок. Часть

II

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

1	История России
2	Производственная практика
3	Розничная торговля продовольственными товарами
4	Учебная практика
5	Экзамен по модулю
6	Эксплуатация контрольно-кассовой техники
7	Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда

Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной практики необходимо как предшествующее:

1	Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы
2	Основы бухгалтерского учета
3	Основы предпринимательства
4	Производственная практика
5	Технология проведения маркетинговых исследований
6	Учебная практика
7	Ценообразование в торговой деятельности
8	Экзамен по модулю
9	Экономика и основы анализа финансово-хозяйственной деятельности торговой организации
10	Защита выпускной квалификационной работы
11	Основы финансовой грамотности
12	Подготовка выпускной квалификационной работы
13	Правовое обеспечение профессиональной деятельности
14	Производственная практика
15	Психология и этика профессиональной деятельности
16	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
17	Учебная практика
18	Экзамен по модулю
19	Подготовка к демонстрационному экзамену
20	Проведение демонстрационного экзамена

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) – ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 04.: Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде.

ОК 05.: Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста.

ОК 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.

ПК 4.1.: Определять готовность веб-сайта к продвижению.

ПК 4.2.: Анализировать интернет-пространство, а также поведение пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

ПК 4.3.: Оформлять заявочные и платежные документы участников торгово-промышленной выставки.

ПК 4.4.: Проводить рекламные кампании в социальных медиа для привлечения пользователей в интернет- сообщество.

ПК 4.5.: Составлять технические задания в соответствии с требованиями заказчика.

ПК 4.6.: Проводить аналитические работы по реализации стратегий продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

1 Знать:	
1.1	основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов;
1.2	основы веб-технологии;
1.3	основы веб-дизайна;
1.4	основы компьютерной грамотности;
1.5	методы обработки текстовой информации;
1.6	правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
1.7	основы письменной деловой коммуникации использовать инструменты для проведения технического аудита;
1.8	правила составления и план документа аудита интернет-маркетинга организации;
1.9	основы оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;
1.10	способы корректировки внутренних ошибок веб-сайта;
1.11	особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
1.12	особенности функционирования современных поисковых машин;
1.13	правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
1.14	внутренние ошибки веб-сайта, влияющие на результат работы поисковых машин, и способов устранения ошибок;
1.15	особенности функционирования современных систем администрирования веб-сайтов;
1.16	правила составления и критерии качества списка ключевых слов и словосочетаний;
1.17	стандарты делового общения в письменной и устной форме;
1.18	особенности функционирования современных поисковых машин;
1.19	правила формирования служебного файла, размещенного в корневом каталоге веб-сайта и сообщающего поисковым машинам алгоритм индексации содержимого веб-сайта;
1.20	правила формирования основных тегов (заголовков страницы, ключевых слов страницы, описания страницы);
1.21	методы обработки текстовой и графической информации;
1.22	основы копирайтинга и веб-рейтинга;
1.23	основы эргономичности (юзабилити) веб-сайтов и веб-дизайна;
1.24	правила реферирования, аннотирования и редактирования текстов;
1.25	перечень (количество и названия) рекламных механизмов показа аудитории рекламных сообщений в сети «интернет»;
1.26	особенности функционирования современных рекламных систем в составе социальных медиа;
1.27	основы разработки и поддержки сайтов/лендингов;
1.28	основы гипертекстовой разметки;
1.29	стандарты верстки веб-сайтов;
1.30	принципиальные отличия лендингов от сайтов;
1.31	сервисы для автоматизации рассылок;
1.32	методы обработки текстовой информации и графической информации.
2 Уметь:	
2.1	выявлять технические ошибки в работе веб-сайта;
2.2	документировать выявленные ошибки в работе веб-сайта;
2.3	формулировать предложения по исправлению выявленных технических ошибок и ошибок в эргономичности (юзабилити);
2.4	выявлять технические преимущества веб-сайтов конкурентов;
2.5	выявлять особенности эргономичности (юзабилити) веб-сайтов конкурентов, влияющие на занимаемые ими позиции в выдаче поисковой машины;
2.6	использовать инструменты для проведения технического аудита;
2.7	определять факторы, влияющие на позиции веб-сайтов в поисковой выдаче;
2.8	составлять список ключевых слов и словосочетаний для анализа поисковой выдачи;
2.9	актуализировать информацию о поведении пользователей веб-сайтов заданной тематики в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
2.10	анализировать собранную информацию и принимать решение о порядке работы с веб-сайтом с целью оптимизации по требованиям поисковой машины;
2.11	составлять список ключевых слов и словосочетаний, необходимых для оптимизации веб-сайта под требования поисковых машин;

2.12	анализировать релевантность составленного списка ключевых слов и словосочетаний тематике оптимизируемого веб-сайта;
2.13	анализировать список ключевых слов и словосочетаний на соответствие техническому заданию;
2.14	определять маркетинговые стратегии;
2.15	составлять smm-стратегии;
2.16	составлять контент-планы;
2.17	создавать стратегии продвижения;
2.18	сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
2.19	разрабатывать уникальные торговые предложения;
2.20	разрабатывать рекламные модули;
2.21	создавать стратегии продвижения;
2.22	сегментировать целевую аудиторию для разных задач и продуктов;
2.23	обосновывать выбор целевой аудитории;
2.24	создавать тексты и рекламные слоганы;
2.25	создавать тексты для социальных сетей, для сайтов, лендингов, презентаций;

2.26	различать виды текстов;
2.27	рассчитывать бюджет на создание лендинга;
2.28	писать техническое задание на создание лендинга для сторонних организаций;
2.29	определять СТА для лендингов;
2.30	работать с бесплатными сервисами создания лендингов;
2.31	создавать уникальное торговое предложение для определенных задач, работать с сервисами рассылок;
2.32	составлять информационно-аналитические справки;
2.33	оформлять отчетные документы.

3 Владеть навыками:

3.1	проведения технического анализа аудируемого веб-сайта;
3.2	проведения базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта;
3.3	проведения аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта;
3.4	анализа поисковой выдачи;
3.5	анализа веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи;
3.6	анализа поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети "интернет";
3.7	определения стратегии поискового продвижения;
3.8	проверки и корректировки списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении;
3.9	анализа присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем;
3.10	определения стратегии продвижения в социальных сетях;
3.11	размещения текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
3.12	размещения медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
3.13	разработки лендинга;
3.14	анализа использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы;
3.15	анализа показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании;
3.16	составления отчетов по результатам выделения сегментов целевой аудитории.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Код занятия	Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Интра кт.	Примечания
	Раздел 1. Производственная практика ПП.04.01						
1.1	Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. /Пр/	2	6	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 08., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.4., ПК 4.5., ПК 4.6.	Л1.1, Л1.5, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.2, Л2.3, Л2.1		

1.2	Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. /Пр/	2	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.3	Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. /Пр/	2	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.4	Анализ поисковой выдачи. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.5	Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.6	Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». /Пр/	2	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.7	Определение стратегии поискового продвижения. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.8	Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.9	Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.10	Определение стратегии продвижения в социальных сетях. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.11	Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.12	Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		

1.13	Разработка лендинга. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.14	Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		

1.15	Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.16	Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории. /Пр/	2	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		
1.17	/ЗачётСОц/	2		ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 08.,ОК 09.,ПК 4.1.,ПК 4.2.,ПК 4.3.,ПК 4.4.,ПК 4.5.,ПК 4.6.	Л1.1,Л1.5,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л2.2,Л2.3,Л2.1		

ФОРМЫ ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Процедура аттестации студента по итогам практики

По окончании практики студент сдает на кафедру отчет по практике и дневник прохождения практики.

Отчет должен иметь объем 20-25 страниц формата А4 машинописного текста и при необходимости дополнительно приложение, в которое могут входить графические, табличные и прочие материалы.

Результаты практики оценивает комиссия. Во внимание принимается качество отчета, который должен быть оформлен в соответствии с установленными требованиями письменного отчета, и отзыв руководителя практики от предприятия, а также устные ответы студента на вопросы по прохождению и результатам практики. По итогам аттестации комиссия выставляет дифференцированную оценку (отлично, хорошо, удовлетворительно).

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие по ее итогам неудовлетворительную оценку, подлежат отчислению в установленном порядке из института, как имеющие академическую задолженность.

Структура отчета

Отчет должен состоять из следующих разделов:

- введения, в котором приводится общая характеристика места практики;
- основной части, в которой описываются все результаты, полученные в ходе прохождения практики;
- заключения, в котором анализируется проведенная работа в целом и дальнейшие мероприятия в части приобретения углубленных знаний и умений по теме практики;
- приложений к отчету (при необходимости).

К отчету прилагается «Дневник практики» с отзывом-характеристикой и заполненным графиком выхода студента на работу.

Дневник и отчет должны быть оформлены на месте практики и представлены для заключения и отзыва руководителю практики от предприятия.

Структура отчета должна содержать необходимый перечень следующих документов:

- титульный лист отчета;
- индивидуальное задание;
- рабочий график;
- дневник прохождения практики;
- отзыв-характеристика на студента-практиканта;
- анкета студента-практиканта;
- анкета работодателя.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта.
 Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта
 Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта.
 Анализ поисковой выдачи.
 Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи.
 Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе проведения практики

Разделы (этапы)	Наименование раздела (этапа) практики	Номер компетенции	Вид занятий, работы	Форма контроля
-----------------	---------------------------------------	-------------------	---------------------	----------------

1	Производственная практика ПП.04.01	ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 08., ОК 09., ПК 4.1., ПК 4.2., ПК 4.3., ПК 4.4., ПК 4.5., ПК 4.6.	<p>Проведение технического анализа аудируемого веб-сайта. Проведение базового аудита эргономичности (юзабилити) аудируемого веб-сайта. Проведение аудита визуально-эстетического решения аудируемого вебсайта. Анализ поисковой выдачи. Анализ веб-сайтов конкурентов из поисковой выдачи. Анализ поведения пользователей при поиске необходимой информации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Определение стратегии поискового продвижения. Проверка и корректировка списка ключевых слов и словосочетаний, используемых при поисковом продвижении. Анализ присутствия компании в информационном пространстве на основе данных из поисковых систем. Определение стратегии продвижения в социальных сетях. Размещение текстовых рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Размещение медийных рекламных объявлений в социальных медиа информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Разработка лендинга. Анализ использования информационных, навигационных и функциональных элементов страниц веб-сайта посетителями, пришедшими по ссылкам из систем контекстно-медийной рекламы. Анализ показателей эффективности проведения контекстно-медийной рекламной кампании. Составление отчетов по результатам работы выделения сегментов целевой аудитории.</p>	
---	------------------------------------	--	--	--

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
---------------------	----------	-------------------

Л1.1	Карасев А. П.	Маркетинговые исследования: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2024.
Л1.2	Синяева И. М., Жильцова О. Н., Земляк С. В., Синяев В. В.	Основы коммерческой деятельности: учебник для спо.	Москва: Юрайт, 2023.
Л1.3	Карпова С. В., Бугакова Н. П., Константиныди Х. А., Никитас Д. В., Поляков В. А., Рожков И. В., Жильцова О. Н.	Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для спо	Москва: Юрайт, 2023
Л1.4	Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В.	Технология интернет-маркетинга: учебник для спо.	Москва: Юрайт, 2024
Л1.5	Синяева И. М., Жильцова О. Н.	Маркетинг: учебник для спо.	Москва: Юрайт, 2023

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Гаврилов Л. П.	Инновационные технологии в коммерции и бизнесе: учебник для вузов.	Москва: Юрайт, 2023.
Л2.2	Маслова В. М., Синяева И. М., Синяев В. В.	Сфера PR в маркетинге: учебное пособие.	Москва: Юнити, 2015
Л2.3	Синяева И. М., Маслова В. М., Романенкова О. Н., Синяев В. В., Синяева И. М.	Маркетинг PR и рекламы: учебник	Москва: Юнити, 2015

6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Э1	Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: https://www.smbn.ru/		
Э2	Фонд поддержки малого предпринимательства: https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html		
Э3	10 лучших бизнес-инкубаторов России: https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii		

6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.3.2.1	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс		
---------	---	--	--

6.3.2.2 Информационная справочная система «Гарант»

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
---	------------	--------------	----	-------	-----

<p>Мастерская «Учебный магазин»:</p>		<p>Специализированная мебель и системы хранения Основное оборудование: Стол компьютерный – 1, Стул - 25 шт. Автоматизированное рабочее место преподавателя -1. Автоматизированное рабочее место обучающегося - 25 шт. Проектор -1, Экран для проектора -1 Демонстрационные учебно-наглядные пособия: Комплект учебного наглядного материала по всем темам программы из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. Комплекты для индивидуальной и групповой работы по основным темам программы из расчета на 25 чел. Витрины из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. Контрольно-кассовые машины, контрольно-кассовая техника и (или) их виртуальные аналоги Кассовый аппарат Пионер-114Ф (3G) без ФН, или аналог из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. Весоизмерительное оборудование: Весы электронные из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз, весы товарные 1 ед. Терминалы сбора данных (ТСД) (специализированное устройство со встроенным сканером штрих-кодов). из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Сканер с возможностью считывания акцизных марок для работы в ЕГАИС. из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. Компьютер с монитором из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. Принтер (для печати ценников) из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. Онлайн-касса из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. Программируемая клавиатура кассира; из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Денежный ящик; из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Терминал безналичной оплаты; из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. Дисплей покупателя (при необходимости); из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Весы с печатью этикеток (при необходимости из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Детектор купюр из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Муляжи товаров из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Пристенные и островные горки из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Стеллажи из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Рекламно-выставочный инвентарь (манекены, держатели для одежды, подставки и т.д.) из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз Дополнительное оборудование Информационный стенд из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз. Системы защиты товаров (деактиваторы и магнитные съёмники) из расчета на каждую группу курса (потока, параллели) - по 1 экз.</p>		<p>344023, г. Ростов-на-Дону, пер. Богучарский, дом 37/235</p>	
--------------------------------------	--	--	--	--	--