

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

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ А.А. Паршина

УЧЕБНАЯ 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 Учебная
Форма проведения непрерывно
Объем практики 0
Продолжительность в часах/неделях 36/ 1

Распределение часов практики

| Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>) | 4(2.2) | | Итого | |
|-------------------------------------|--------|----|-------|----|
| | УП | РП | УП | РП |
| Вид занятий | | | | |
| Практические занятия | 36 | 36 | 36 | 36 |
| Контактная работа | 36 | 36 | 36 | 36 |
| в том числе ИКР | | | | |
| Сам. работа | | | | |
| Итого | | | 36 | 36 |

Программу составил(и):

к.э.н. , доц., Черемисова Н.Ф.

Рецензент(ы):

д.э.н., профессор Епифанова Т.В.

Программа практики

Учебная 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.

Зав. кафедрой Грищенко М.А.

ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

1 В результате прохождения учебной практики обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (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 | 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 | Автоматизация торгово-технологических процессов |
| 11 | Безопасность жизнедеятельности |
| 12 | Иностранный язык в профессиональной деятельности |
| 13 | Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд |
| 14 | Организация и осуществление продаж |
| 15 | Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке |
| 16 | Прикладные компьютерные программы в профессиональной деятельности |
| 17 | Производственная практика |
| 18 | Производственная практика |
| 19 | Технология интернет-маркетинга |
| 20 | Учебная практика |
| 21 | Учебная практика |
| 22 | Экзамен по модулю |
| 23 | Экзамен по модулю |
| 24 | История России |
| 25 | Производственная практика |
| 26 | Розничная торговля продовольственными товарами |
| 27 | Учебная практика |
| 28 | Экзамен по модулю |
| 29 | Эксплуатация контрольно-кассовой техники |
| 30 | Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда |

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 09.: Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 3.1.: Осуществлять формирование клиентской базы и ее актуализацию на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.

ПК 3.2.: Осуществлять эффективное взаимодействие с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.

ПК 3.3.: Обеспечивать эффективное взаимодействие с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.

ПК 3.4.: Реализовывать мероприятия для обеспечения выполнения плана продаж.

| |
|--|
| ПК 3.5.: Обеспечивать реализацию мероприятий по стимулированию покупательского спроса. |
| ПК 3.6.: Осуществлять контроль состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов. |
| ПК 3.7.: Организовывать продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. |
| ПК 3.8.: Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. |

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

| | |
|----------|--|
| 1 | Знать: |
| 1.1 | методики выявления потребностей клиентов; |
| 1.2 | методики выявления потребностей; |
| 1.3 | технику продаж; |
| 1.4 | методики проведения презентаций; |
| 1.5 | потребительские свойства товаров; |
| 1.6 | требования и стандарты производителя; |
| 1.7 | принципы и порядок ведения претензионной работы; |
| 1.8 | ассортимент товаров; |
| 1.9 | стандарты организации; |
| 1.10 | стандарты менеджмента качества; |
| 1.11 | гарантийную политику организации; |
| 1.12 | специализированные программные продукты; |
| 1.13 | методики позиционирования продукции организации на рынке; |
| 1.14 | методы сегментирования рынка; |
| 1.15 | методы анализа эффективности мероприятий по продвижению продукции; |
| 1.16 | инструкции по подготовке, обработке и хранению отчетных материалов; |
| 1.17 | Законодательство Российской Федерации в области работы с конфиденциальной информацией; |
| 1.18 | Приказы, положения, инструкции, нормативную документацию по регулированию продаж и организацию послепродажного обслуживания; |
| 1.19 | Основы организации послепродажного обслуживания. |
| 2 | Уметь: |
| 2.1 | работать с различными источниками информации и использовать ее открытые источники для расширения клиентской базы и доступные информационные ресурсы организации; |
| 2.2 | вести и актуализировать базу данных клиентов; |
| 2.3 | формировать отчетную документацию по клиентской базе; |
| 2.4 | анализировать деятельность конкурентов; |
| 2.5 | определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; |
| 2.6 | планировать исходящие телефонные звонки, встречи, переговоры с потенциальными и существующими клиентами; |
| 2.7 | вести реестр реквизитов клиентов; |
| 2.8 | использовать программные продукты; |
| 2.9 | планировать объемы собственных продаж; |
| 2.10 | устанавливать контакт с клиентом посредством телефонных переговоров, личной встречи, направления коммерческого предложения; |
| 2.11 | использовать и анализировать имеющуюся информацию о клиенте для планирования и организации работы с ним; |
| 2.12 | формировать коммерческое предложение в соответствии с потребностями клиента; |
| 2.13 | планировать и проводить презентацию продукции для клиента с учетом его потребностей и вовлечением в презентацию, используя техники продаж в соответствии со стандартами организации; |
| 2.14 | использовать профессиональные и технические термины, пояснять их в случае необходимости; |
| 2.15 | предоставлять информацию клиенту по продукции и услугам в доступной форме; |
| 2.16 | опознавать признаки неудовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; |
| 2.17 | работать с возражениями клиента; |
| 2.18 | применять техники по закрытию сделки; |
| 2.19 | суммировать выгоды и предлагать план действий клиенту; |
| 2.20 | фиксировать результаты преддоговорной работы в установленной форме; |
| 2.21 | обеспечивать конфиденциальность полученной информации; |
| 2.22 | анализировать результаты преддоговорной работы с клиентом и разрабатывать план дальнейших действий; |

| | |
|------|---|
| 2.23 | оформлять и согласовывать договор в соответствии со стандартами и регламентами организации; |
| 2.24 | подготавливать документацию для формирования заказа; |
| 2.25 | осуществлять мероприятия по размещению заказа; |
| 2.26 | следить за соблюдением сроков поставки и информировать клиента о возможных изменениях; |
| 2.27 | принимать корректирующие меры по соблюдению договорных обязательств; |

| | |
|------|--|
| 2.28 | осуществлять/контролировать отгрузку/выдачу продукции клиенту в соответствии с регламентами организации; |
| 2.29 | оформлять документацию при отгрузке/выдаче продукции; |
| 2.30 | осуществлять урегулирование спорных вопросов, претензий; |
| 2.31 | организовывать работу и оформлять документацию в соответствии со стандартами организации; |
| 2.32 | соблюдать конфиденциальность информации; |
| 2.33 | предоставлять клиенту достоверную информацию; |
| 2.34 | корректно использовать информацию, предоставляемую клиенту; |
| 2.35 | соблюдать в работе принципы клиентоориентированности; |
| 2.36 | обеспечивать баланс интересов клиента и организации; |
| 2.37 | обеспечивать соблюдение требований охраны; |
| 2.38 | разрабатывать предложения для формирования плана продаж товаров; |
| 2.39 | собирать, анализировать и систематизировать данные по объемам продаж; |
| 2.40 | планировать работу по выполнению плана продаж; |
| 2.41 | анализировать установленный план продаж с целью разработки мероприятий по реализации; |
| 2.42 | анализировать и оценивать промежуточные результаты выполнения плана продаж; |
| 2.43 | анализировать возможности увеличения объемов продаж; |
| 2.44 | планировать и контролировать поступление денежных средств; |
| 2.45 | обеспечивать наличие демонстрационной продукции; |
| 2.46 | применять программы стимулирования клиента для увеличения продаж; |
| 2.47 | планировать рабочее время для выполнения плана продаж; |
| 2.48 | планировать объемы собственных продаж; |
| 2.49 | оценивать эффективность проведенных мероприятий стимулирования продаж; |
| 2.50 | разрабатывать мероприятия по улучшению показателей удовлетворенности; |
| 2.51 | разрабатывать и проводить комплекс мероприятий по поддержанию лояльности клиента; |
| 2.52 | анализировать и систематизировать информацию о состоянии рынка потребительских товаров; |
| 2.53 | анализировать информацию о деятельности конкурентов, используя внешние и внутренние источники; |
| 2.54 | анализировать результаты показателей удовлетворенности клиентов; |
| 2.55 | вносить предложения по формированию мотивационных программ для клиентов и обеспечивать их реализацию; |
| 2.56 | вносить предложения по формированию специальных предложений для различных категорий клиентов; |
| 2.57 | анализировать и систематизировать данные по состоянию складских остатков; |
| 2.58 | обеспечивать плановую оборачиваемость складских остатков; |
| 2.59 | анализировать оборачиваемость складских остатков; |
| 2.60 | составлять отчетную документацию по продажам; |
| 2.61 | разрабатывать план послепродажного сопровождения клиента; |
| 2.62 | инициировать контакт с клиентом с целью установления долгосрочных отношений; |
| 2.63 | инициативно вести диалог с клиентом; |
| 2.64 | резюмировать, выделять главное в диалоге с клиентом и подводить итог по окончании беседы; |
| 2.65 | определять приоритетные потребности клиента и фиксировать их в базе данных; |
| 2.66 | разрабатывать рекомендации для клиента; |
| 2.67 | собирать информацию об уровне удовлетворенности клиента качеством предоставления услуг; |
| 2.68 | анализировать рынок с целью формирования коммерческих предложений для клиента; |
| 2.69 | проводить деловые переговоры, вести деловую переписку с клиентами и партнерами с применением современных технических средств и методов продаж; |
| 2.70 | вести деловую переписку с клиентами и партнерами; |
| 2.71 | использовать программные продукты. |

3 Владеть навыками:

| | |
|-----|---|
| 3.1 | сбора, обработки, анализа и актуализации информации о клиентах и их потребностях; |
| 3.2 | поиска и выявления потенциальных клиентов; |
| 3.3 | формирования и актуализации клиентской базы; |

| | |
|------|--|
| 3.4 | проведения мониторинга деятельности конкурентов; |
| 3.5 | определения потребностей клиентов в товарах, реализуемых организацией; |
| 3.6 | формирования коммерческих предложений по продаже товаров, подготовки, проведения, анализа результатов преддоговорной работы и предпродажных мероприятий с клиентами; |
| 3.7 | информирования клиентов о потребительских свойствах товаров; |
| 3.8 | стимулирования клиентов на заключение сделки; |
| 3.9 | взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги продажи товаров; |
| 3.10 | закрытия сделок; |
| 3.11 | соблюдения требований стандартов организации при продаже товаров; |
| 3.12 | использования специализированных программных продуктов в процессе оказания услуги продажи; |
| 3.13 | сопровождения клиентов с момента заключения сделки до выдачи продукции; |
| 3.14 | мониторинг и контроль выполнения условий договоров; |
| 3.15 | анализа и разработки мероприятий по выполнению плана продаж; |
| 3.16 | выполнения запланированных показателей по объему продаж; |
| 3.17 | разработки программ по повышению лояльности клиентов; |
| 3.18 | разработки мероприятий по стимулированию продаж; |
| 3.19 | информирования клиентов о текущих маркетинговых акциях, новых товарах, услугах и технологиях; |
| 3.20 | участие в проведении конференций и семинаров для существующих и потенциальных покупателей товаров; |
| 3.21 | стимулирования клиентов на заключение сделки; |
| 3.22 | контроля состояния товарных запасов; |
| 3.23 | анализа выполнения плана продаж; |
| 3.24 | информационно-справочного консультирования клиентов; |
| 3.25 | контроля степени удовлетворенности клиентов качеством обслуживания; |
| 3.26 | обеспечения соблюдения стандартов организации. |

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

| Код занятия | Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия | Семестр | Часов | Компетенции | Литература | Интракт. | Примечания |
|-------------|---|---------|-------|--|------------------------------------|----------|------------|
| | Раздел 1. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | | | | | | |
| 1.1 | Ознакомление с документацией предприятия. /Пр/ | 4 | 4 | ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 09.,ПК 3.1.,ПК 3.2.,ПК 3.3.,ПК 3.4.,ПК 3.5.,ПК 3.6.,ПК 3.7.,ПК 3.8. | Л1.3,Л1.1,Л1.2,Л2.1,Л2.2,Л2.4,Л2.3 | | |
| 1.2 | Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. /Пр/ | 4 | 8 | ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 09.,ПК 3.1.,ПК 3.2.,ПК 3.3.,ПК 3.4.,ПК 3.5.,ПК 3.6.,ПК 3.7.,ПК 3.8. | Л1.3,Л1.1,Л1.2,Л2.1,Л2.2,Л2.4,Л2.3 | | |
| 1.3 | Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. /Пр/ | 4 | 8 | ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 09.,ПК 3.1.,ПК 3.2.,ПК 3.3.,ПК 3.4.,ПК 3.5.,ПК 3.6.,ПК 3.7.,ПК 3.8. | Л1.3,Л1.1,Л1.2,Л2.1,Л2.2,Л2.4,Л2.3 | | |
| 1.4 | Оформление витрин и выставок. /Пр/ | 4 | 12 | ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 09.,ПК 3.1.,ПК 3.2.,ПК 3.3.,ПК 3.4.,ПК 3.5.,ПК 3.6.,ПК 3.7.,ПК 3.8. | Л1.3,Л1.1,Л1.2,Л2.1,Л2.2,Л2.4,Л2.3 | | |

| | | | | | | | |
|-----|------------------------|---|---|--|------------------------------------|--|--|
| 1.5 | Подготовка отчета /Пр/ | 4 | 4 | ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 09.,ПК 3.1.,ПК 3.2.,ПК 3.3.,ПК 3.4.,ПК 3.5.,ПК 3.6.,ПК 3.7.,ПК 3.8. | Л1.3,Л1.1,Л1.2,Л2.1,Л2.2,Л2.4,Л2.3 | | |
| 1.6 | /ЗачётСОц/ | 4 | | ОК 01.,ОК 02.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 09.,ПК 3.1.,ПК 3.2.,ПК 3.3.,ПК 3.4.,ПК 3.5.,ПК 3.6.,ПК 3.7.,ПК 3.8. | Л1.3,Л1.1,Л1.2,Л2.1,Л2.2,Л2.4,Л2.3 | | |

ФОРМЫ ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Процедура аттестации студента по итогам практики

По окончании практики студент сдает на кафедре 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

Перечень вопросов по теме для устного собеседования-опроса:

1. Как производят финансово-экономический анализа функционирования предприятия?
2. Назовите мероприятия по разработке комплекса маркетинга на предприятии.
3. Как происходит разработка маркетинговой политики предприятия?
4. Особенности рынка по производству молочной продукции
5. Оцените ситуацию на отраслевом рынке.
6. Проведите анализ конкурентной среды
7. Разработка комплекса маркетинга на предприятии.
8. Какие методы управления и контроля маркетинговой деятельности применяют на предприятии?
9. Организация службы маркетинга на предприятии как подразделения, обеспечивающего координацию и оптимизацию деятельности всех структур предприятия.
10. Дать оценку эффективности коммерческой деятельности, используя следующие критериальные показатели:
объем товарооборота на предприятии и тенденции его изменения в динамике;
занимаемая предприятием доля рынка;
известность торговой марки предприятия среди покупателей и предпочтение покупателями торговой марки предприятия;
абсолютная сумма прибыли и её уровень по отношению к товарообороту, прибыль к чистым суммарным активам;
рентабельность по собственному капиталу;
рентабельность инвестиций в капитал предприятия;
преимущества и возможности развития в конкурентной среде;
удовлетворенность потребителей предприятия;
конкурентоспособность предприятия.

Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе проведения практики

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

| | | | |
|---|--|--|--|
| 1 | Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами | ОК 01., ОК 02., ОК 04., ОК 05., ОК 09., ПК 3.1., ПК 3.2., ПК 3.3., ПК 3.4., ПК 3.5., ПК 3.6., ПК 3.7., ПК 3.8. | Ознакомление с документацией предприятия. Наполнение и поддержание в актуальном состоянии клиентской базы. Анализ эффективности управления портфелем клиентов с использованием цифровых и информационных технологий. Установление контактов, определение потребностей клиентов в продукции, реализуемой организацией и формирование коммерческих предложений по продаже товаров. Оформление витрин и выставок. |
|---|--|--|--|

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---|---|---------------------|
| Л1.1 | Рамендик Д. М. | Психология делового общения: учебник и практикум для спо. | Москва: Юрайт, 2023 |
| Л1.2 | Гаврилов Л. П. | Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебник и практикум для спо | Москва: Юрайт, 2023 |
| Л1.3 | Синяева И. М., Жильцова О. Н., Земляк С. В., Синяев | Основы коммерческой деятельности: учебник для спо. | Москва: Юрайт, 2023 |

6.1.2. Дополнительная литература

| | Авторы, составители | Заглавие | Издательство, год |
|------|---|--|----------------------------|
| Л2.1 | Памбухчианц О. В. | Организация торговли: учебник | Москва: Дашков и К°, 2018. |
| Л2.2 | Башаримова С. И., Грицкова Я. В., Дасько М. В. | Организация торговли: практикум. | Минск: РИПО, 2019. |
| Л2.3 | Боброва О. С., Цыбуков С. И., Бобров И. А. | Организация коммерческой деятельности: учебник и практикум для спо | Москва: Юрайт, 2023. |
| Л2.4 | Собольников В. В., Костенко Н. А. | Этика и психология делового общения: учебное пособие для спо. | Москва: Юрайт, 2023 |

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 |
|---|--|--|--|--|-----|
| 7 | учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Лаборатория информационных технологий, помещение для самостоятельной работы | Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 21 шт., стул – 40 шт., доска – 1 шт., компьютеры – 12 шт, проектор – 1 шт., доступ в Интернет | Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Интернет фильтр UserGade Система тестирования MyTestx.1c Предприятие 1С 8.3 Бухгалтерия 1С 8.3 Документооборот 1С 8.3 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведений. 1С 8.3 | 344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104 | |

| | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|
| 4 | <p>помещение для самостоятельной работы. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Лаборатория информационных технологий, помещение для самостоятельной работы</p> | <p>Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 19 шт., стул – 35 шт., доска – 1 шт., компьютеры – 10 шт, проектор – 1 шт., доступ в Интернет</p> | <p>Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Интернет фильтр UserGade Система тестирования MyTestx.1c Предприятие 1С 8.3 Бухгалтерия 1С 8.3 Документооборот 1С 8.3 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведений. 1С 8.3</p> | <p>344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104</p> | |
|---|---|---|--|---|--|