

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Первякова Светлана Валерьевна
Должность: Директор колледжа СКФУ в г. Ставрополе
Дата подписания: 18.06.2026 15:05:54
Уникальный программный ключ:
63a18c373da05c089b08fcc89c468af301900f17

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего
образования
«Северо-Кавказский федеральный университет»

Колледж СКФУ в г. Ставрополе

УТВЕРЖДАЮ

Директор института экономики и управления,
д-р экон. наук, профессор
Ушвицкий Л.И.

Рабочая программа практики

ПП.03.01 Производственная практика

**По модулю ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и
координация работы с клиентами**

Специальность	<u>38.02.08</u>	<u>Торговое дело</u>
	код	наименование специальности
Форма обучения	<u>очная</u>	
	очная, заочная, очно-заочная	

Рабочая программа производственной практики разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело», утверждённого Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548 и примерной основной образовательной программы СПО, разработанной, с учетом направленности на удовлетворение потребностей регионального рынка труда и работодателей.

Рабочая программа производственной практики разработана:

- 1 Дрижд Н.А., канд.техн. наук, доцент, преподаватель колледжа СКФУ в г. Ставрополе
фамилия, имя, отчество, ученая степень, ученое звание, место работы преподавателя

СОГЛАСОВАНО:

Представитель работодателя

Представитель работодателя

Логист ООО «Темп»

должность представителя работодателя, наименование
организации и город ее расположения



Н.А. Дрижд

Фамилия,
инициалы

1. Паспорт программы практики

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

Производственная практика студентов по специальности 38.02.08 Торговое дело проводится в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело», утверждённого Приказом Министерства просвещения Российской Федерации от 19.07.2023 № 548.

1.2. Цели и задачи производственной практики

Целью производственной практики является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта в рамках модулей ППССЗ по основным видам деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело для освоения квалификации «специалист торгового дела» в рамках профессиональных модулей ППССЗ по специальности 38.02.08 Торговое дело по основным видам деятельности:

- организация и осуществление торговой деятельности,
- товароведение и организация экспертизы качества потребительских товаров,
- освоение профессии рабочего, должности служащего, необходимых для последующего освоения ими профессиональных (ПК) и общих (ОК) компетенций по избранной специальности.

Задачи:

- применение теоретических знаний по изученным дисциплинам;
- расширение практических навыков работы профессиональной деятельности;
- использование аналитических методов работы на уровне хозяйствующего субъекта с целью повышения уровня торговой деятельности;
- изучение деятельности конкретной организации, знакомство с его основными торгово-технологическими процессами;
- освоение методов торговой деятельности и достижения эффективности продаж и удовлетворения запросов потребителей;
- умение давать оценку и предлагать экономически обоснованные решения, направленные на повышение эффективности работы организации предприятия торговли.

В ходе прохождения практики обучающийся должен

иметь практический опыт:

- составления договоров; установления коммерческих связей - управления товарными запасами и потоками.
- обеспечения товародвижения и приемки товаров по количеству и качеству.
- выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации.
- соблюдения правил торговли - определения показателей ассортимента; распознавания товаров по ассортиментной принадлежности
- контроля режима и сроков хранения товаров; соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам, упаковке, условиям и срокам хранения.
- расфасовки маркировки
- оценки качества товаров в соответствии с установленными требованиями; установления градаций качества.
- соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам, упаковке, условиям и срокам хранения

- выявления потребностей (спроса) на товары - оформления финансовых документов и отчетов
- анализа маркетинговой среды организации
- участия в проведении рекламных акций и компаний, других маркетинговых Коммуникаций.

уметь:

- устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение.
- управлять товарными запасами и потоками.
- обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству.
- устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли.
- оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли.
- устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение.
- формировать и анализировать торговый (или промышленный) ассортимент.
- рассчитывать товарные потери и списывать их.
- идентифицировать товары. оценивать качество товаров и устанавливать их градации качества.
- рассчитывать товарные потери и списывать их;
- соблюдать оптимальные условия и сроки хранения и транспортирования, санитарно-эпидемиологические требования к ним
- оценивать конкурентоспособность товаров
- выявлять, формировать и удовлетворять потребности
- составлять финансовые документы и отчеты
- проводить маркетинговые исследования рынка
- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций.

знать:

- составные элементы коммерческой деятельности: цели, задачи, принципы, объекты, субъекты, виды коммерческой деятельности.
- государственное регулирование коммерческой деятельности.
- организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию
- организацию торговли в организациях оптовой и розничной торговли, их классификацию
- услуги оптовой и розничной торговли:
- основные и дополнительные.
- правила торговли.
- классификацию ассортимента, товароведные характеристики продовольственных и непродовольственных товаров однородных групп, оценку их качества, маркировку.
- виды товарных потерь, причины их возникновения и порядок списания
- классификацию ассортимента, товароведные характеристики продовольственных и непродовольственных товаров однородных групп, оценку их качества, маркировку.
- классификацию ассортимента, товароведные характеристики продовольственных и непродовольственных товаров однородных групп, оценку их качества, маркировку.
- условия и сроки транспортирования и хранения, санитарно-эпидемиологические требования к ним.
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров,
- маркетинговые коммуникации и их характеристику

- информационное обеспечение, организацию аналитической работы;
- анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности
- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом. составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты.

1.3. Трудоемкость освоения программы производственной практики:

Производственная практика проходит в 5 семестре, продолжительность 72 часа.

2. Результаты практики

Результатом производственной практики является:

Освоение профессиональных компетенций (ПК): МДК 03.01 Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами:

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 3	Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами (по выбору)
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	Составлять аналитические отчеты по продажам, в том числе с применением программных продуктов
ПК 3.8	Организовывать послепродажное консультационно-информационное сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий

3. Структура и содержание программы практики

3.1. Структура практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)	Период проведения практики
ПК 3.1-ПК 3.8	ПМ.03 Осуществление продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами	2 недели 72 часа	5 семестр

3.2. Содержание практики

Виды деятельности	Виды работ	Содержание освоенного учебного материала, необходимого для выполнения видов работ	Наименование дисциплин, междисциплинарных курсов с указанием тем, обеспечивающих выполнение видов работ	Количество часов

1	2	3	4	5
ВД.1 Осуществление продаж потребителям товаров и координация работы с клиентами и (по выбору)	1. Осуществление формирования клиентской базы и ее актуализации на основе информации о потенциальных клиентах и их потребностях, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. 2. Осуществление эффективного взаимодействия с клиентами в процессе ведения преддоговорной работы и продажи товаров.	Клиентоориентированность: сущность, основные принципы и критерии клиентоориентированности компании. Потребительская лояльность. Факторы, оказывающие влияние на формирование потребительской лояльности. Методы удержания клиентов. Пути формирования клиентской базы. Рынок информационных систем управления клиентской базой. Концепции управления взаимоотношениями с клиентами: CRM, SEM, CMR, E-CRM, ERM, социальные CRM (Social CRM, SCRM). Основные критерии выбора CRM-системы. Тенденции использования и развития клиентоориентированных технологий в России. Методики выявления потребностей клиентов, в т.ч. с использованием цифровых технологий. Установление контактов с поставщиками и клиентами посредством современных технических средств и цифровых технологий, с использованием телефонных переговоров и личных встреч. Подготовка и направление коммерческих предложений. Организация и правила проведения переговоров. Холодные продажи. Особенности телефонного разговора в холодных продажах. Технические особенности холодных звонков. Современные подходы к планировочным решениям магазина: общие требования к планировочным решениям, сегментация площади торгового зала, оценка правильности выбранной последовательности размещения отделов в магазине Мерчандайзинг. понятие, правила и программы Выкладка товаров: понятие выкладки и точки продаж, принципы и правила выкладки, основные концепции представления товаров, специальная выкладка, ее виды, рекомендации по выкладке отдельных видов товаров. Методика построения планограммы. Правила оформления ценников. Сбор и обработка информации о потребностях клиентов с использованием сквозных цифровых технологий.	МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами Тема 1. Формирование клиентской базы Тема 2. Организация и осуществление преддоговорной и предпродажной работы	18
	1. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами (покупателями) в процессе продажи товаров, в том числе с использованием специализированных программных продуктов.	Техники продаж: классификация, рекомендации по применению, характеристика этапов продаж. Технологии продаж потребительских товаров в розничных торговых предприятиях, интернет-магазинах и на маркетплейсах. Алгоритмы работы с возражениями и техники закрытия сделок Подготовка и проведение презентаций потребительских товаров Изучение взаимного влияния поведения продавца и покупателя на эффективность процесса продажи. Работа с возражениями в процессе продажи товаров	МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами Тема 1. Организация и осуществление продажи потребительских товаров Тема 2. Обеспечение эффективного взаимодействия с клиентами в процессе оказания услуги торговли и соблюдения	18

	2. Реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж.	Принципы и порядок ведения претензионной работы. Схема работы с претензиями. Алгоритм ответа на претензию Урегулирование спорных вопросов, претензий Организация процесса купли-продажи в соответствии со стандартами и регламентами торговой организации Продажа дополнительных услуг торгового предприятия. Оказание содействия клиентам в процессе продажи	стандартов организации.	
	1. Обеспечение реализации мероприятий по стимулированию покупательского спроса. 2. Осуществление контроля состояния товарных запасов, в том числе с применением программных продуктов.	Позиционирование продукции организации на рынке. Методы сегментирования рынка. Портрет клиента. Методы стимулирования продаж Сбор, анализ и систематизация данных по объемам продаж Разработка программы стимулирования клиента для увеличения продаж Расчет эффективности мероприятия по стимулированию продаж Внутренний и внешний контроль продаж. Аналитика продаж как инструмент увеличения товарооборота. Формирование отчетов о продажах Составление отчетной документации по продажам ABC, XYZ-анализ текущей клиентской базы. Формирование отчета о работе с текущей базой (пенетрации, индекса лояльности — NPS, ценности клиента- LTV, показателя удержания покупателя —CRR, среднего дохода на покупателя – ARC	МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами Тема 1. Планирование и реализация мероприятий для обеспечения выполнения плана продаж и стимулирования покупательского спроса. Тема 2. Организация контроля продаж. Оценка эффективности продаж	18
	1.Организация продажи инфокоммуникационных систем и (или) их составляющих в новых каналах сбыта, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий. 2.Организация послепродажного консультационно-информационного сопровождение клиентов, в том числе с использованием цифровых и информационных технологий.	Товарные запасы: классификация, виды, оптимизация и контроль. Анализ состояния складских остатков и их оборачиваемости. Организация послепродажного обслуживания как фактор повышения лояльности клиентов. Разработка рекомендации для клиента по эффективному использованию/эксплуатации товаров. Разработка плана послепродажного обслуживания клиента. Анализ уровня удовлетворенности качеством предоставленных услуг розничного торгового предприятия».	МДК 03.01. Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами Тема 1. Анализ и контроль состояния товарных запасов. Тема 2. Организация послепродажного обслуживания, консультационно-информационное сопровождение клиентов	18
	Всего			72

4. Условия организации и проведения практики

4.1. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

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

4.2. Требования к учебно-методическому обеспечению практики

Образовательная деятельность в форме практической подготовки:

- реализуется на рабочем месте предприятия работодателя (профильной организации) при проведении практических и лабораторных занятий, выполнении курсового проектирования, всех видов практики и иных видов учебной деятельности;
- предусматривает демонстрацию практических навыков, выполнение, моделирование обучающимися определенных видов работ для решения практических задач, связанных с будущей профессиональной деятельностью в условиях, приближенных к реальным производственным;
- может включать в себя отдельные лекции, семинары, мастер-классы, которые предусматривают передачу обучающимся учебной информации, необходимой для последующего выполнения работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка организуется в специально оборудованных помещениях (рабочих местах) профильных организаций на основании договора о практической подготовке обучающихся, заключаемого между образовательной организацией и профильной организацией (работодателем), осуществляющей деятельность по профилю соответствующей образовательной программы.

Результаты прохождения практики определяются путем проведения промежуточной аттестации с выставлением оценок «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», соответствующих качеству отчета по его содержанию и его защите обучающимся.

Отчет по практике должен содержать:

Титульный лист установленного образца с подписью руководителя и печатью.

Содержание – где отражается перечень вопросов, содержащихся в отчете.

Введение – где отражаются цели, задачи и направления практической работы обучающегося.

Основная часть – раскрытие этапов прохождения учебно-производственного цикла производственной практики.

Заключение содержит основные выводы и результаты проделанной работы, возможные мероприятия по улучшению деятельности структурного подразделения, оптимизации учебного процесса обучения профилю.

Список литературы.

Приложения – где представляются изученные и рассмотренные различные нормативные материалы, регулирующие деятельность организации, а также бланки, рисунки и графики.

Дневник – должен содержать полный перечень выполняемых работ, отражать наименования изученных форм отчетности и т.д.

При написании отчета по практике необходимо соблюдать правила оформления, которые представлены ниже.

Отчет по практике оформляется на листах формата А4. Содержание излагается грамотно, четко и логически последовательно с соблюдением полей: левое – 30 мм, правое –

15 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20мм.

Текст печатается шрифтом п. 14, Times New Roman, межстрочный интервал – 1,5. Общий объем отчета по практике – 20-30 страниц. Все страницы нумеруются, начиная с титульного листа (номер страницы на нем не проставляется), арабскими цифрами сверху справа.

Каждый раздел отчета начинается с новой страницы. Заголовки структурных элементов печатают прописными буквами и располагают по центру страницы. Точки в конце заголовков не ставятся, заголовки не подчеркиваются. Переносы слов во всех заголовках не допускаются. Цифровой материал оформляется в виде таблицы.

Каждая таблица должна иметь свой порядковый номер и название. Название таблицы располагается по центру. В тексте обязательно должна быть сделана ссылка на нее, которая может быть оформлена следующим образом: «...результаты данного исследования приведены в таблице 1.2» или «...результаты данного исследования (табл.1.2) показали, что...».

Ссылки на литературу можно оформлять одним из двух способов:

1) в квадратных скобках, с указанием номера источника в списке литературы и страницы, например, [4, с. 28].

2) подстрочные ссылки, которые располагаются внизу страницы под чертой и включают в себя: фамилию автора, название книги, наименование издательства, год выпуска и количество страниц. Источники Интернет-ресурсов оформляются следующим образом: Автор, заглавие //автор [Электронный ресурс].- http://vml.antat.ru/files/Mahmutov/article_3 (дата обращения: 17.03.2012.).

Отчет должен быть аккуратно оформлен и скреплен.

Защита отчетов осуществляется по установленному графику.

Обучающиеся, не прошедшие практику по уважительной причине, проходят практику по индивидуальному плану. Обучающиеся, не прошедшие практику при отсутствии уважительной причины или получившие оценку «неудовлетворительно» при промежуточной аттестации результатов прохождения практики, считаются имеющими академическую задолженность.

4.3. Требования к материально-техническому обеспечению

Место проведения практики – организации, соответствующие сфере профессиональной деятельности, к которой готовится выпускник.

Практика проводится в организациях любых организационно-правовых форм, осуществляющих деятельность по профилю основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.08 Торговое дело, в том числе в их структурных подразделениях, предназначенных для проведения практической подготовки, с которыми у ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет» заключен договор о практической подготовке обучающихся / в структурных подразделениях ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», предназначенных для проведения практической подготовки.

Направление на практику оформляется приказом ректора Университета с указанием закрепления каждого обучающегося за организацией, а также с указанием вида и срока прохождения практики.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям образовательной программы к проведению практики.

Выбор мест прохождения практики для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов производится с учетом состояния здоровья обучающихся и требований

по доступности.

Практика может быть организована полностью или частично с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий без непосредственного нахождения обучающегося на рабочем месте в профильной организации / структурном подразделении профильной организации / структурном подразделении СКФУ в формате дистанционной (удаленной) работы при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии с руководителями практики, как со стороны университета, так и со стороны профильной организации.

При реализации производственной практики образовательная деятельность организована в форме практической подготовки.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

4.4. Перечень основной и дополнительной литературы, интернет-ресурсов, необходимых для проведения практики

Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный государственный образовательный стандарт (ФГОС) по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 19.07.2023 N 548, зарегистрирован Минюстом 22.08.2023, регистрационный номер 74906;
2. Федеральный закон от 29.12.2012 №273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
3. Приказ Минпросвещения России от 08.04.2021 № 153 «Об утверждении Порядка разработки примерных основных образовательных программ среднего Профессионального образования, проведения их экспертизы и ведения реестра Примерных основных образовательных программ среднего профессионального образования»;
4. Приказ Минпросвещения России от 24.08.2022 № 762 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам среднего профессионального образования»;
5. Приказ Минпросвещения России от 08.11.2021 № 800 «Об утверждении Порядка проведения государственной итоговой аттестации по образовательным программам среднего профессионального образования»;
6. Приказ Минобрнауки России № 885, Минпросвещения России № 390 от 05.08.2020 «О практической подготовке обучающихся» (вместе с «Положением о практической подготовке обучающихся»);

Основные источники:

1. Гаврилов, Л. П. Организация коммерческой деятельности: электронная коммерция: учебное пособие для среднего профессионального образования / Л. П. Гаврилов. — 3-е изд., доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 477 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12180-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/494509>
2. Основы коммерческой деятельности: учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 506 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08159-6. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491497>
3. Рамендик, Д. М. Психология делового общения: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. М. Рамендик. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 207 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06312-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490471>

Дополнительные источники:

1. Иванов Г.Г. Организация торговли (торговой деятельности): учебник/Г.Г.Иванов.- Москва: КНОРУС, 2023.- 222.с- (Среднее профессиональное образование). ISBN 978-5-406-09325-2
2. Парамонова Т.Н. Мерчандайзинг: учебное пособие/Т.Н. Парамонова, И.А. Рамазанов.- 5-е изд., стер.-Москва: КНОРУС,2022.-144с. ISBN 978-5-406-08897-5
3. Потребительская лояльность: учебник/коллектив авторов; под ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, И. П. Широченской.- Москва: КНОРУС, 2021.-312с (Аспирантура и Магистратура). ISBN 978- 5-406-09730-4.

Интернет-ресурсы:

1. <http://www.biblioclub.ru/> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн».
2. <http://www.consultant.ru> – СПС «Консультант-Плюс».
3. www.rospotrebnadzor.ru/ – Роспотребнадзор;
4. www.fas.gov.ru- ФАС России
5. www.rosstat.ru

4.5. Требования к руководителям практики от образовательного учреждения

Руководство производственной практикой осуществляется преподавателями дисциплин профессионального цикла, имеющими высшее образование по профилю специальности и опыт работы на производстве.

Руководитель практики:

- обеспечивает выполнение всех организационных мероприятий перед началом прохождения практики;
- обеспечивает высокое качество прохождения практики студентами и ее соответствие учебному плану и программе;
- разрабатывает и выдает студентам индивидуальные задания для прохождения практики;
- несет ответственность за соблюдение студентами правил техники безопасности;
- обеспечивает научно-методическое руководство практикой в строгом соответствии с учебным планом, ее программой, а также в соответствии с индивидуальными заданиями студентов;
- осуществляет контроль за соблюдением сроков практики и ее содержанием;
- оказывает методическую помощь студентам при выполнении ими индивидуальных заданий;
- проверяет отчеты студентов по практике, дает отзыв об их работе;
- проводит защиту отчетов по практике.

5. Контроль и оценка результатов практики

Аттестация по производственной практике проводится в форме дифференцированного зачета как защита отчёта по практике при условии положительного аттестационного листа по практике руководителя практики от Колледжа об уровне освоения профессиональных компетенций; наличия положительной характеристики на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики; полноты и своевременности представления дневника и отчета по практике в соответствии с заданием на практику. Также руководитель практики, осуществляющий аттестацию по практике, может использовать такие формы оценивания как собеседование, доклад с презентацией.

Оценка выставляется по 5-ти балльной шкале.

Критерии выставления оценок:

Оценка «Отлично» - Изложение материала в отчёте полное, последовательное,

грамотное. Отчет написан аккуратно, без исправлений. Задание по практике выполнено. Приложения (при наличии) логично связаны с текстовой частью отчета. Отчет сдан в установленный срок.

Оценка «Хорошо» - Изложение материала отчёта полное, последовательное в соответствии с требованиями программы. Допускаются несущественные и стилистические ошибки. Оформление аккуратно. Приложения (при наличии) в основном связаны с текстовой частью. Задание по практике выполнено. Отчет сдан в установленный срок.

Оценка «Удовлетворительно» - Изложение материала в отчёте неполное. Оформление неаккуратное. Текстовая часть отчета не везде связана с приложениями (при наличии). Задание по практике выполнено. Отчет сдан в установленный срок или с нарушением срока.

Оценка «Неудовлетворительно» - Изложение материала в отчёте неполное, бессистемное. Допущены ошибки, оформление неаккуратное. Задание по практике не выполнено. Отчет сдан с нарушением срока.