

бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области  
«Москаленский профессиональный техникум»

Рассмотрено  
на заседании ПЦК  
Протокол № \_\_\_\_\_  
от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г

Согласовано:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Утверждаю:

Директор БПОУ МПТ

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

(по профилю специальности)

ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в  
сфере торговли

Специальность 38.02.08 Торговое дело

р.п. Москаленки 2024г

Рабочая программа производственной практики по профессиональному модулю ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли разработана в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, утвержденного Приказом Минпросвещения России от 19 июля 2023 г. №548, Минпросвещения РФ № 390 от 05.08.2020г. «О практической подготовке обучающихся».

**Организация разработчик:** бюджетное профессиональное образовательное учреждение Омской области «Москаленский профессиональный техникум»

**Разработчики:**

Преподаватель - Юр О.Ю.

Мастер п/о – Кизюн С.И.

## СОДЕРЖАНИЕ

|                                                                                                      |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (по профилю специальности) ..... | 4  |
| 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ .....                                            | 9  |
| 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ.....                                       | 12 |
| 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА.....                                   | 15 |

## **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (по профилю специальности)**

### **1.1. Цели производственной практики**

Целями производственной практики (по профилю специальности) ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли являются: закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося, приобретение им практических навыков и компетенций, а также опыта самостоятельной профессиональной деятельности на базе профильной организации.

### **1.2. Задачи производственной практики**

Производственная практика (по профилю специальности) направлена на формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессионального модуля программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) СПО по виду деятельности Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело (базовой подготовки). В ходе освоения программы производственной практики (по профилю специальности) студент должен: иметь практический опыт:

- приемки товаров по количеству и качеству;
- составления договоров;
- установление коммерческих связей;
- соблюдения правил торговли;
- выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации;
- эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда;

**1.3. Место производственной практики в структуре ОПОП** Рабочая программа производственной практики (по профилю специальности) ПМ. 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли – является частью основной профессиональной образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.08 Торговое дело, входит в профессиональный цикл учебного плана.

**1.4. Формы проведения производственной практики (по профилю специальности) ПМ. 02** Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли. Практика по профилю специальности проводится непрерывно в течении 72 часов рассредоточено по базам профильных организаций.

**1.5. Место и время проведения производственной практики (по профилю специальности) ПМ. 02** Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли.

В организации и проведении практики участвуют: техникум, организации (базы производственной практики), студенты. Техникум заключает договоры с организациями для проведения практики; разрабатывает и согласовывает с организациями содержание и планируемые результаты практики; осуществляет руководство практикой; контролирует реализацию программы и условия проведения практики организациями, в том числе, требования охраны труда, безопасности жизнедеятельности и пожарной безопасности в соответствии с правилами и нормами, в том числе, отраслевыми; формирует группы, в случае применения групповых форм проведения практики; совместно с организациями, участвующими в организации и проведении практики, организует процедуру оценки общих и профессиональных компетенций студента, освоенных им в ходе прохождения практики; разрабатывает и согласовывает с организациями формы отчетности и оценочный материал прохождения практики; предоставляет студенту основные формы отчетных документов и оценочный материал прохождения практики. Практика проходит непрерывно рассредоточено в течении 72 часов.

### **1.6. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения производственной практики**

В результате прохождения данной производственной практики обучающийся должен приобрести следующие практические навыки и профессиональные компетенции: Результатом освоения программы учебной практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД): Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли, **общими (ОК) компетенциями:**

**ОК 1.**Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам

**ОК 2.**Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности

**ОК 3.**Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях.

**ОК 4.**Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде

**ОК5.**Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста

**ОК 6.**Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях

**ОК 7.**Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках

и профессиональными компетенциями (ПК) по виду деятельности:

**ПК2.1.**Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга

**ПК 2.2.**Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации

**ПК2.3.**Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий

**ПК2.4.**Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках

**ПК2.5.**Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов

**ПК2.6.**Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов

**ПК2.7.**Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности

**ПК2.8.**Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы

**1.7. С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения учебной практики в рамках профессионального модуля должен:**

**иметь практический опыт:**

- выявления проблем и формулирования целей исследования;
- планирования проведения маркетингового исследования;

- определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
- подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
- поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
- подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
- проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
- применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;
- применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;
- разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов;
- расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;
- определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности;
- сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.

**уметь:**

- применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
- определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
- составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
- проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
- обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;
- обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;
- анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
- применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- развивать идеи до бизнес-предложений;
- оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
- оценивать риски, связанные с бизнесом;
- анализировать бизнес-концепции;

- предлагать идеи для дальнейшего развития;
- применять методы принятия оптимальных решений;
- находить аргументы в пользу идей;
- принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;
- обосновывать и оценивать цели и ценности;
- представлять идеи, дизайн, видения и решения;
- применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
- использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
- создавать деловые электронные презентации
- собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
- использовать методы экономического анализа;
- анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
- оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
- разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
- оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
- предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;
- собирать информацию о бизнес-проблемах;
- анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.

#### **знать:**

- составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- методы проведения маркетингового исследования;
- психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях;
- средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики;
- порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен;
- виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- методы оценки конкурентной среды;
- нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
- роль и значение бизнес-плана;
- основные функции бизнес-плана;
- классификацию основных типов бизнес-планов;
- методологию и процессы развития бизнес-идей;
- порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью;
- принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий;
- методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений;
- методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов;
- методы, способы и приемы для решения задач по анализу;

- типы факторных моделей;
- схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа;
- методику анализа эффективности использования производственных ресурсов
- методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации;
- спектр специализированных программных продуктов;
- интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации;
- инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения;
- риски: понятия и виды;
- методы оценки риска, связанных с бизнесом;
- меры снижения риска, связанных с бизнесом;
- методы оценки выполнимости бизнес-идеи;
- основные способы анализа и оценки рисков;
- состав моделей оценки риска;
- способы оценки риска ликвидности.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

**2.1. Структура и содержание производственной практики** Общая трудоемкость производственной практики составляет 72 часов.

Структура и содержание производственной практики представлено в таблице 1:

| Наименование разделов (этапов) практики                                     | Виды работ на практике                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Объем часов | Уровень освоения |
|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------------------|
| Ознакомление с торговой организацией                                        | Ознакомление с торговой организацией. Инструктаж по охране труда, ТБ и пожарной безопасности в торговой организации. Знакомство с материально-технической базой предприятия, с обязанностями работников торговой организации.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 6           | 2,3              |
| Технология проведения маркетинговых исследований внешней и внутренней среды | Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 6           | 2,3              |
| Система выборочных маркетинговых исследований                               | Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем практики. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 6           | 2,3              |
| Обработка результатов маркетинговых исследований                            | Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. Проведение маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий:<br>-исследования рынка (определение емкости рынка и доли рынка);<br>-изучение потребителей ( исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента);<br>- исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара);<br>- исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене):<br>- исследования рекламы (тестирование | 6           | 2,3              |

|                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |           |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|-----|
|                                                                                        | рекламных концепций и материалов, - исследование эффективности рекламной кампании);<br>- рынка.                                                                                                                                                                                                                                                                         |           |     |
| Обработка результатов маркетинговых исследований                                       | Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия.<br>Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках                                                                                                                                                                                                     | 6         | 2,3 |
| Система продвижения товаров                                                            | Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации.<br>Оформление результатов маркетингового исследования.                                                                                                                                                                                                  | 6         | 2,3 |
| Оформление отчета маркетинговых исследований                                           | Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям<br>Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.                                                                                                    | 6         | 2,3 |
| Методы ценообразования                                                                 | Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).<br>Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.<br>Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. | 6         | 2,3 |
| Основные ценообразующие факторы, учитываемые при формировании цен торговых предприятий | Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.                                                                                                                                                                                                                                                                              | 6         | 2,3 |
| Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.     | Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 6         | 2,3 |
| Ценообразование во внешнеэкономической деятельности                                    | Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги<br>Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации                                                                                                                                                                                                                    | 6         | 2,3 |
|                                                                                        | Дифференцированный зачет                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 6         |     |
|                                                                                        | <b>Всего</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>72</b> |     |

## **2.2. Методическое обеспечение производственной практики**

Для прохождения практики обучающемуся выдается индивидуальное задание, предусмотренное программой практики.

В период прохождения практики студентами ведется дневник практики, в котором отражаются виды работ по выполнению заданий по отдельным темам программы практики. Правильность выполнения студентами заданий определяет руководитель производственной практики.

По результатам практики обучающимся составляется отчет. Аттестация студентов по итогам практики проводится руководителем практики в форме дифференцированного зачета с учетом выполнения практических заданий, подтвержденных оформлением отчета по их выполнению.

По результатам каждого вида и этапа практики руководителями практики от организации и техникума формируется аттестационный лист, содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристика на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики. В период прохождения практики обучающимся ведется дневник практики. В качестве приложения к дневнику практики обучающийся оформляет графические, аудио-, фото-, видео-, материалы, наглядные образцы изделий, подтверждающие практический опыт, полученный на практике. По результатам практики обучающимся составляется отчет, который утверждается организацией. Отчет по практике оформляется в соответствии с общими требованиями, принятыми в Техникуме.

Отчет о прохождении практики должен включать описание проделанной работы. В отчете должны быть освещены основные вопросы, предусмотренные программой практики, а также сформулированы выводы, к которым пришел практикант, и его предложения. Общий объем Отчета должен составлять не менее 6-10 страниц, без учета приложений и списка используемых источников.

Структура отчета по практике:

- титульный лист;
- дневник практики;
- аттестационный лист;
- характеристика на обучающегося;
- оглавление;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- список используемых источников;
- приложения.

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

#### **3.1. Технологии, используемые на производственной практике**

На производственной практике используются следующие технологии:

1. Обработка и систематизация материала с использованием классических, активных и интерактивных форм обучения (презентации).
2. Самостоятельная и учебно-исследовательская работа с учебной, учебно-методической и научной литературой, с источниками в интернете, с использованием справочно-правовых систем и электронной библиотечной информационно-справочной системы.
3. Освоение соответствующих методов и методик исследований.
4. Приобретение навыков при работе с приборами и оборудованием.
5. Выполнение индивидуального задания студентом.

#### **3.2. Учебно-методическое и информационное обеспечение производственной практики**

##### **а) основная литература:**

1. 1. Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1247086> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

2. Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/967468> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

3. Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1343176> (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

4. 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>

5. Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 301 с. — (Профессиональное образование).

6. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт[сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>

7. Липсиц, И. В. Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>
8. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>
9. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012223-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1832175> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.
10. Романова, М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 240 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1446152> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.
11. Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов, Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1287439> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.
12. Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.]; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04773-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490187>
13. PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1018359> (дата обращения: 18.06.2022). — Режим доступа: по подписке.
14. Кисова, А. Е. Основы предпринимательской деятельности : учебное пособие для СПО / А. Е. Кисова, К. В. Барсукова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 104 с. — ISBN 978-5-00175-120-5, 978-5-4488-1519-5. — Текст : электронный // Электронный ресурс цифровой образовательной среды СПО PROФобразование : [сайт]. — URL: <https://profspo.ru/books/121370.html>

### 3.2.2. Дополнительные источники

1. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (в действующей редакции)
2. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (в действующей редакции)
3. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (в действующей редакции) "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц"
4. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции) "О защите конкуренции"
5. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в действующей редакции) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"
6. "ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (в действующей редакции)
7. Ценообразование: учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>.
8. Справочно-правовая система «Консультант+» - URL: <http://www.consultant.ru/>
9. Справочно-правовая система «Гарант» - - URL <https://www.garant.ru/>
10. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>
11. Фонд поддержки малого предпринимательства: <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>
12. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

### **3.3. Материально-техническое обеспечение учебной практики**

Оборудование учебного кабинета:

- посадочные места по количеству обучающихся;
- рабочее место преподавателя;
- комплект учебно-методической документации;
- ноутбуки 12 шт;
- мультимедиа проектор с экраном;
- программное обеспечение (офисные программы);
- комплект контрольно-кассового оборудования;
- оборудование весоизмерительное;
- комплект бобин кассовой ленты;
- наглядные пособия (схемы, таблицы, бланки документов кассовой и отчетной документации)

## 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИЧЕСКОГО ОПЫТА

### 4.1. Формы промежуточной аттестации (по итогам практики)

Промежуточная аттестация по производственной практике предусмотрена в форме дифференцированного зачета.

### 4.2. Методическое сопровождение предусмотренных форм и методов контроля и оценки деятельности обучающихся

Контроль и оценка результатов производственной практики направлены на проверку освоения умений, практического опыта, развития общих и формирование профессиональных и общих компетенций, определенных программой производственной практики.

| Код ПК и ОК, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Методы оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК 2.1                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Составляет план проведения маркетингового исследования</li> <li>– Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования</li> <li>– Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования</li> <li>– Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации</li> </ul>                                                                  | <p>Устный/письменный опрос.</p> <p>Тестирование.</p> <p>Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.</p>                                                                                                                                                                                                        |
| ПК 2.2                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках</li> <li>– Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов</li> <li>– Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации</li> <li>– Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации</li> </ul> | <p>Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.</p> <p>Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.</p> <p>Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.</p> |
| ПК 2.3                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| ПК 2.4                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно-                                                                                                                                                                                                                       |
| ПК 2.5                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>– Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана)</li> <li>– Использует информационные технологии в процессе составления бизнес-плана</li> <li>– Использует информацию</li> </ul>                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | практических конференциях.                                                                                                                                                                                                                                                                |
| ПК 2.6 | – Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации<br>– Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Экспертная оценка создания и представления презентаций.                                                                                                                                                                                                                                   |
| ПК 2.7 | – Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.                                                                                                                               |
| ПК 2.8 | – Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы<br>– Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.                                                                                                             |
| ОК 01  | – Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;<br>– Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;<br>– Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;<br>– Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;<br>– Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;<br>Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). | Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе. |
| ОК 02  | – определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;<br>– структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;<br>– оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;<br>применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач.                                                                                                                                  | Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:<br>– на практических занятиях;<br>– при выполнении работ на различных этапах учебной практики;<br>– при проведении экзаменов                                                        |
| ОК 03  | – определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;<br>– применяет современную научную профессиональную терминологию;<br>определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества.                                                                                                                                    |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| ОК 04 | эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности.                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |
| ОК 05 | грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе                                                                                                                                                                                                                                         |  |
| ОК 07 | выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |
| ОК 09 | <ul style="list-style-type: none"> <li>– понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы;</li> <li>– участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;</li> <li>– строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;</li> </ul> <p>пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы.</p> |  |