

Министерство образования и науки Пермского края
Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение
«Пермский колледж предпринимательства и сервиса»

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПП.02.01 ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПО ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**
для образовательной программы среднего профессионального образования –
программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.08 Торговое дело

Рабочая программа производственной практики разработана на основе требований Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело (утвержденный приказом Министерства просвещения РФ от 19 июля 2023 г. № 548)

Разработчик программы:
Перевозчиков Д.В., преподаватель высшей квалификационной категории

Рассмотрена на заседании ЦМК
«16» ноября 2023 г. Протокол № 4

Утверждена «16» ноября 2023 г.

Заместитель директора



Г.В. Айзенштат

СОГЛАСОВАНО:

Бизнес-партнер по персоналу
макрорегиона Пермь ООО «Агроторг»



Е.С. Вайберт

«16» ноября 2023 г.

г. Пермь, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	7

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Место производственной практики в структуре образовательной программы среднего профессионального образования.

Программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело в части освоения вида деятельности: организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли.

1.2. Цель, задачи и планируемые результаты производственной практики.

Цель – формирование у обучающихся умений, приобретение навыков для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций.

Производственная практика по ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ способствует формированию следующих компетенций:

общие:

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

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

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

профессиональные:

ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

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

ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.

ПК 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.

ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов.

ПК 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

ПК 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы.

1.3. Требования к результатам освоения профессионального модуля:

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен владеть навыками:

- 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.
- В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен 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.

В результате изучения профессионального модуля обучающийся должен 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-идеи;
- 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 видов;
- 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.

1.4. Количество недель (часов) на освоение программы производственной практики.

Производственная практика: всего 3 недели, 108 часов, в т. ч. дифференцированный зачет: 2 часа.

1.5. Место и время проведения производственной практики.

Местом прохождения производственной практики является организация, с которой заключен договор о практической подготовке.

1.6. Требования к руководителям практики.

Руководство производственной практикой осуществляется преподавателями профессионального цикла, имеющими высшее образование по профилю специальности и опыт работы на производстве, а также руководителем от организации.

Руководители практики перед её началом консультируют обучающихся о выполнении заданий программы практики и написанию отчетов.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Тематический план практики

Коды формируемых компетенций	Наименование профессионального модуля	Объем времени, отведенный на практику (в неделях, часах)
ПК 2.1.-2.8	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	3 нед. 108 час.

2.2. Обучающийся выполняет следующие виды работ:

1. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.
2. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы.

Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:

3. Составление визитки команды.
4. Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы.
5. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона.
6. Построение модели Остервальдера.
7. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.

Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов

8. Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов.
9. Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования .
10. Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.
11. Расчеты цен и себестоимости.
12. Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении.
13. Составление плана переменных расходов.
14. Расчет точки безубыточности.
15. Составление бюджета доходов и расходов.
16. Составление бюджета движения денежных средств.

17. Составление прогнозного баланса.
18. Определение и обоснование источников финансирования.
19. Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств.
20. Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod).
21. Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue).
22. 3. Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn).
23. 4. Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability).
24. Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, ЕБИТ, ЕБИТДА).
25. Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.

2.3. Контроль и оценка результатов производственной практики проводится в соответствии с оценочными материалами.

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Основная литература

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>

9. 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>

10. Моршкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Моршкин, 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.

11. 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.

12. 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.

13. 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>

14. 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.

Дополнительные источники

1. Справочно-правовая система «Консультант+» - URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант» - - URL <https://www.garant.ru/>
3. Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>
4. Фонд поддержки малого предпринимательства: <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>
5. 10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>