

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

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ А.А. Паршина

**Учебная практика
программа практики**

Закреплена за кафедрой **Экономика и таможенное дело (СПО)**
Учебный план **38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ)**

Квалификация менеджер по продажам
Форма обучения очная
Форма промежуточной аттестации Зачет с оценкой
Вид практики Учебная
Форма проведения непрерывно
Объем практики 0
Продолжительность в часах/неделях 36/ 1

Распределение часов практики

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

Программу составил(и):

Рецензент(ы):

Генеральный директор ООО "Солнечный круг" Киреенков А.В.

Программа практики

Учебная практика

разработана в соответствии с ФГОС СПО:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 КОММЕРЦИЯ (ПО ОТРАСЛЯМ) (программа подготовки специалистов среднего звена). (приказ Минобрнауки России от 15.05.2014 составлена на основании учебного плана:

38.02.04_ОФО Коммерция (по отраслям).plx

утвержденного учёным советом вуза от 26.01.2023 протокол № 18 .

Программа одобрена на заседании кафедры

Экономика и таможенное дело (СПО)

Протокол от 21.12.2022 г. № 5

Срок действия программы: 2023-2024 уч.г.

Зав. кафедрой Грищенко М.А.

ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

1 Рабочая программа учебной практики является частью основной профессиональной образовательной программы по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок. Часть | УП.01.01

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

1	Бизнес-планирование
2	Организация торговли
3	Производственная практика
4	Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия
5	Теоретические основы товароведения
6	Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда
7	Экзамен по модулю
8	Агент коммерческий
9	Безопасность жизнедеятельности
10	Бухгалтерский учет
11	Информационные технологии в профессиональной деятельности / Адаптивные информационные и коммуникационные технологии
12	Квалификационный экзамен
13	Логистика
14	Менеджмент
15	Организация коммерческой деятельности
16	Основы сервиса
17	Предпринимательское право
18	Производственная практика
19	Управленческая психология
20	Финансы, налоги и налогообложение
21	Документационное обеспечение управления
22	История
23	Математика
24	Основы философии
25	Правовые основы защиты инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья / Основы социологии и политологии
26	Статистика
27	Экономика организации

КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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.
ОК 6.: Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения.

ОК 7.: Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях.

ПК 2.1.: Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

ПК 2.2.: Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно- распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

ПК 2.3.: Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.

ПК 2.4.: Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.

ПК 2.5.: Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.

ПК 2.6.: Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

ПК 2.7.: Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.

ПК 2.8.: Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.

ПК 2.9.: Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

1	Знать:
1.1	сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
1.3	- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
1.5	- основные положения налогового законодательства;
1.7	- функции и классификацию налогов;
1.9	- организацию налоговой службы;
1.11	- методику расчета основных видов налогов;
1.12	методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы;
1.13	анализ деятельности организации оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
1.14	составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
1.15	средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров; маркетинговые коммуникации и их характеристику;
1.16	методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
1.17	конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
1.18	этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом.
2	Уметь:

2.1	составлять финансовые документы и отчеты;
2.2	осуществлять денежные расчеты;
2.3	пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
2.4	рассчитывать основные налоги;
2.5	анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
2.6	применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
2.7	выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
2.8	обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
2.9	проводить маркетинговые исследования рынка;
2.10	оценивать конкурентоспособность товаров;
3 Иметь практический опыт:	
3.1	оформления финансовых документов и отчетов;
3.2	проведения денежных расчетов;
3.3	расчета основных налогов;
3.4	анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;
3.5	выявления потребностей (спроса) на товары;
3.6	реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
3.7	участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
3.8	анализа маркетинговой среды организации.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Код занятия	Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Интра кт.	Примечания
	Раздел 1. Учебная практика УП.02.01						
1.1	Ознакомление с финансовыми документами и отчетами. Составление перечня финансовых документов. Участие в составлении и оформлении финансовых документов. Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров. Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров. Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров. Оформление товарных отчетов. Участие в инвентаризации и оформлении отчета. /Пр/	4	4	ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
1.1	Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов. Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками работы на машине пересчета денежных купюр. Овладение навыками проверки подлинности банкнот. Подсчет денежной выручки за день. /Пр/	4	4	ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		

1.1	Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией - базой практики. Расчет основных налогов (примеры расчета). /Пр/	4	4	ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
1.1	Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД). Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации. Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. Текущего года. Оформление результатов анализа. /Пр/	4	6	ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
1.1	Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров). Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров. /Пр/	4	4	ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
1.1	Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары. Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей. /Пр/	4	4	ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
1.1	Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций и компаний. Участие в организации рекламы в местах продаж. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации. Участие в выставках-продажах или дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения). Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций. /Пр/	4	4	ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		

1.1	Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям. /Пр/	4	4	ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
1.2	Подведение итогов учебной практики. /Пр/	4	2	ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		
1.3	/ЗачётСОц/	4		ОК 1.,ОК 2.,ОК 3.,ОК 4.,ОК 6.,ОК 7.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.,ПК 2.9.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л2.1,Л2.2,Л2.3,Л2.4,Л2.5		

ФОРМЫ ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Процедура аттестации студента по итогам практики

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

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

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

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

Структура отчета

Отчет должен состоять из следующих разделов:

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

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

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

Структура отчета должна содержать необходимый перечень следующих документов:

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ПРАКТИКЕ

Вопросы для самоконтроля 1

1. Дайте определения понятиям партнер, партнерские отношения, партнерский договор.
2. Какие вы знаете формы партнерских связей в предпринимательстве.
3. Раскройте содержание лизинга, франчайзинга, совместного производства, проектного финансирования и т.д.
4. Назовите формы партнерских связей в производстве, в торговле, в товарообмене, в финансовой сфере.

Вопросы для самоконтроля 2

1. В чем сущность и значение культуры предпринимательства; каковы условия и факторы, влияющие на ее формирование и изменение?
2. Деловая и профессиональная этика – важнейшие элементы культуры предпринимательства. В чем их сущность?
3. Каково содержание основных правил делового общения?

Вопросы для самоконтроля 3

1. Что включает в себя коммерческая деятельность предпринимателя.
2. Каковы основные цели коммерции и предпринимательства.
3. Назовите основные виды коммерческих сделок.

Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе проведения практики

Разделы (этапы)	Наименование раздела (этапа) практики	Номер формируемого индикатора	Вид занятий, работы	Форма контроля
1	Учебная практика УП.02.01	ОК 1., ОК 2., ОК 3., ОК 4., ОК 6., ОК 7., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8., ПК 2.9.	Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок). Анализ демографической	

			<p>среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и её конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p> <p>Подведение итогов учебной практики.</p>	
--	--	--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И РЕСУРСОВ СЕТИ "ИНТЕРНЕТ", НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ

ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Основная литература

Л1.1	Реброва Н. П., Лулева Е. А. Маркетинговые исследования: теоретические и практические аспекты [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва: Прометей, 2020. - 159 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612089
Л1.3	Шипкова О. Т., Шатаева О. В., Скубрий Е. В., Николаев М. В. Основы международного менеджмента и маркетинга [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2021. - 168 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615680
Л1.2	Репина О. М., Судакова Н. Ю. Теория менеджмента [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2020. - 206 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615679
Л1.5	Мансуров Р. Е. Технологии маркетинга [Электронный ресурс]: практикум. - Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. - 184 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=618254
Л1.4	Борисова Е. В., Пузырев С. А. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва: Юнити, 2020. - 112 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615740
Дополнительная литература	
Л2.1	Нешитой А. С. Финансы и кредит [Электронный ресурс]: учебник. - Москва: Дашков и К°, 2017. - 576 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495804
Л2.3	Хижак Н. П., Фастунова В. А. Налоги и налогообложение [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 439 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=601693
Л2.2	Казанина Т. В., Палеев Р. Н., Шагиева Р. В. Правовое регулирование экономической деятельности: вопросы истории, теории и практики [Электронный ресурс]: монография. - Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2018. - 196 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=496084
Л2.5	Пашковская Т. В., Агафонова Т. П. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Таганрог: Таганрогский государственный педагогический институт, 2011. - 160 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615387
Л2.4	Михайлова Е. О., Валеева А. Н., Валеева Д. Н. Информационные технологии в менеджменте [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие. - Казань: Казанский научно-исследовательский технологический университет (КНИТУ), 2018. - 109 с. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612532
ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ СЕТИ ИНТЕРНЕТ	
Э1	Коллекция учебников по всем экономическим дисциплинам http://rutracker.org/forum/viewtopic.php?t=2003070
Э2	Институт экономики и права Ивана Кушнера: электронные учебники по экономике http://be5.biz/service/map