

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

УТВЕРЖДАЮ
Ректор
_____ А.А. Паршина

**Производственная практика
программа практики**

Закреплена за кафедрой **Экономика и таможенное дело (СПО)**
Учебный план 38.02.08_ОФО_СОО_2024.plx
38.02.08 ТОРГОВОЕ ДЕЛО

Квалификация специалист торгового дела
Форма обучения очная
Форма промежуточной аттестации Зачет с оценкой
Вид практики Производственная
Форма проведения непрерывно
Объём практики 0
Продолжительность в часах/неделях 108/3

Распределение часов практики

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	3(2.1)		Итого	
	УП	РП	УП	РП
Вид занятий				
Практические занятия	108	108	108	108
Контактная работа	108	108	108	108
в том числе ИКР				
Сам. работа				
Итого			108	108

Программу составил(и):

к.э.н., доц., препод. Черемисова Н.Ф.

Рецензент(ы):

к.э.н., проф. Епифанова Т.В.

Программа практики

Производственная практика

разработана в соответствии с ФГОС СПО:

Федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования по специальности 38.02.08
ТОРГОВОЕ ДЕЛО (приказ Минобрнауки России от 19.07.2023 г. № 548)

составлена на основании учебного плана:

38.02.08_ОФО_СОО_2024.plx

утвержденного учёным советом вуза от 18.01.2024 протокол № 13 .

Программа одобрена на заседании кафедры

Экономика и таможенное дело (СПО)

Протокол от 25.12.2023 г. № 5

Срок действия программы: 2024-2025 уч.г.

Директор Грищенко М.А.

ЦЕЛИ ПРАКТИКИ

1 В результате прохождения производственной практики обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции

МЕСТО ПРАКТИКИ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Блок.Часть

II

Требования к предварительной подготовке обучающегося:

1	Автоматизация торгово-технологических процессов
2	Безопасность жизнедеятельности
3	Иностранный язык в профессиональной деятельности
4	Организация и осуществление закупок для государственных, муниципальных и корпоративных нужд
5	Организация и осуществление продаж
6	Организация торгово-сбытовой деятельности на внутреннем и внешнем рынке
7	Прикладные компьютерные программы в профессиональной деятельности
8	Производственная практика
9	Производственная практика
10	Технология интернет-маркетинга
11	Учебная практика
12	Учебная практика
13	Экзамен по модулю
14	Экзамен по модулю
15	История России
16	Производственная практика
17	Розничная торговля продовольственными товарами
18	Учебная практика
19	Экзамен по модулю
20	Эксплуатация контрольно-кассовой техники
21	Эксплуатация торгово-технологического оборудования и охрана труда

Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной практики необходимо как предшествующее:

1	Защита выпускной квалификационной работы
2	Основы финансовой грамотности
3	Подготовка выпускной квалификационной работы
4	Правовое обеспечение профессиональной деятельности
5	Производственная практика
6	Психология и этика профессиональной деятельности
7	Технология продаж потребительских товаров и координация работы с клиентами
8	Учебная практика
9	Экзамен по модулю
10	Подготовка к демонстрационному экзамену
11	Проведение демонстрационного экзамена

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) – ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТУ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОК 01.: Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам.

ОК 02.: Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности.

ОК 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.
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.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен

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

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

1.33	состав моделей оценки риска;
1.34	способы оценки риска ликвидности.
2	Уметь:
2.1	применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования;
2.2	определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования;
2.3	составлять комплексный план проведения маркетингового исследования;
2.4	анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
2.5	составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования;
2.6	проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга;
2.7	обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
2.8	использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков;
2.9	обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных;
2.10	анализировать текущую рыночную конъюнктуру;
2.11	применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
2.12	развивать идеи до бизнес-предложений;
2.13	оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке;
2.14	оценивать риски, связанные с бизнесом;
2.15	анализировать бизнес-концепции;
2.16	предлагать идеи для дальнейшего развития;
2.17	применять методы принятия оптимальных решений;
2.18	находить аргументы в пользу идей;
2.19	принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели;
2.20	обосновывать и оценивать цели и ценности;
2.21	представлять идеи, дизайн, видения и решения;
2.22	применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты;
2.23	использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии;
2.24	создавать деловые электронные презентации
2.25	собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации;
2.26	использовать методы экономического анализа;
2.27	анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов;
2.28	оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами;
2.29	разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда;
2.30	оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации;
2.31	предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации;

2.32	собирать информацию о бизнес-проблемах;
2.33	анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.
3	Владеть навыками:
3.1	выявления проблем и формулирования целей исследования;
3.2	планирования проведения маркетингового исследования;
3.3	определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования;
3.4	подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования;
3.5	поиска первичной и вторичной маркетинговой информации;
3.6	подготовки процесса проведения маркетингового исследования, установление сроков и требований к проведению маркетингового исследования;
3.7	проведения маркетинговых исследований с использованием инструментов комплекса маркетинга;
3.8	разработки предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации;
3.9	применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;
3.10	применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации;
3.11	проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
3.12	проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;
3.13	установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;
3.14	применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;
3.15	использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;
3.16	разработки бизнес-плана и финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов;
3.17	расчёта показателей эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов;
3.18	определения мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности;
3.19	сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы.

СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

Код занятия	Наименование разделов (этапов) и тем/вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература	Интра кт.	Примечания
	Раздел 1. Производственная практика ПП.02.01						
1.1	Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования. /Пр/	3	4	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.2	Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.3	Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		

1.4	Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.5	Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.6	Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.7	Проведения маркетингового исследования в установленные сроки с использованием инструментов комплекса маркетинга и сквозных цифровых технологий: исследования рынка (определение емкости рынка и доли рынка); изучение потребителей (исследование потребительских привычек и предпочтений, процесса принятия решения о покупке, уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента); исследование продукта (тестирование концепции нового товара, тестирование товара); исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене); исследования рекламы (тестирование рекламных концепций и материалов, исследование эффективности рекламной кампании); рынка. /Пр/	3	14	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.8	Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.9	Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		

1.10	Оформление результатов маркетингового исследования. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.1	Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.2	Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем практики). /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.3	Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.4	Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.5	Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		

1.6	Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		
1.7	Составление отчета по производственной практике. /Пр/	3	6	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л2.5,Л2.1,Л2.4,Л2.3,Л2.2		

1.8	/ЗачётСОц/	3	ОК 01.,ОК 02.,ОК 03.,ОК 04.,ОК 05.,ОК 07.,ОК 09.,ПК 2.1.,ПК 2.2.,ПК 2.3.,ПК 2.4.,ПК 2.5.,ПК 2.6.,ПК 2.7.,ПК 2.8.	Л1.1,Л1.2,Л1.3,Л1.4,Л1.5,Л1.6,Л1.7,Л1.8,Л1.5,Л12.1,Л2.4,Л2.3,Л12.2
-----	------------	---	--	--

ФОРМЫ ОТЧЁТНОСТИ ПО ПРАКТИКЕ

Процедура аттестации студента по итогам практики

По окончании практики студент сдает на кафедру 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

Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана:

Составление визитки команды.

Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы.

Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона.

Построение модели Остервальдера.

Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.

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

Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов.

Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования.

Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.

Расчеты цен и себестоимости.

Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении

Составление плана переменных расходов

Расчет точки безубыточности

Составление бюджета доходов и расходов

Составление бюджета движения денежных средств

Составление прогнозного баланса

Определение и обоснование источников финансирования

Расчеты процентов за пользование заемными средствами и составление графика возврата заемных средств

Расчет дисконтированного периода окупаемости проекта (DiscountedPaybackPeriod)

Расчет чистой текущей стоимости проекта (NetPresentValue)

Расчет внутренней нормы доходности проекта (InternalRateofReturn)

Расчет индекса прибыльности проекта (IndexofProfitability)

Расчеты других значимых показателей (ARR, MIRR, ROE, ROI, EBIT, EBITDA)

Перечень компетенций и этапы их формирования в процессе проведения практики

Разделы (этапы)	Наименование раздела (этапа) практики	Номер компетенции	Вид занятий, работы	Форма контроля
1	Производственная практика ПП.02.01	ОК 01., ОК 02., ОК 03., ОК 04., ОК 05., ОК 07., ОК 09., ПК 2.1., ПК 2.2., ПК 2.3., ПК 2.4., ПК 2.5., ПК 2.6., ПК 2.7., ПК 2.8.	<p>Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям.</p> <p>Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем практики).</p> <p>Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.</p> <p>Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.</p> <p>Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги.</p> <p>Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации.</p> <p>Составление отчета по производственной практике.</p>	

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

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Баскакова О. В., Сейко Л. Ф.	Экономика предприятия (организации): учебник	Москва: Дашков и К°, 2019
Л1.2	Мочаева Т. В., Кудрявцев К. А.	Экономика и организация производства на предприятии: учебное пособие.	Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2020
Л1.3	Лопарева А. М.	Бизнес-планирование: учебник для спо. -	Москва: Юрайт, 2023
Л1.4	Карасев А. П.	Маркетинговые исследования: учебник и практикум для спо.	Москва: Юрайт, 2024
Л1.5	Сергеев А. А.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для спо.	Москва: Юрайт, 2023
Л1.6	Карпова С. В., Бугакова Н. П., Константиныди Х. А., Никитас Д. В., Поляков В. А., Рожков И. В., Жильцова О. Н.	Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для спо.	Москва: Юрайт, 2023
Л1.7	Жильцова О. Н., Артемьева О. А., Жильцов Д. А., Карпова С. В., Поляков В. А., Рожков И. В.	Технология интернет-маркетинга: учебник для спо.	Москва: Юрайт, 2024.
Л1.8	Купцова Е. В., Степанов А. А.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для спо.	Москва: Юрайт, 2023.

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Акулич М. В.	Интернет-маркетинг: учебник.	Москва: Дашков и К°, 2020
Л2.2	Жильцова О. Н., Азарова С. П., Земляк С. В., Захаренко И. К., Карпова С. В., Козлова Н. П., Поляков В. А., Рожков И. В., Фирсов Ю. И., Фирсова И. А.	Маркетинговые исследования: учебник для спо.	Москва: Юрайт, 2023
Л2.3	Божук С. Г.	Маркетинговые исследования: учебник для спо.	Москва: Юрайт, 2023
Л2.4	Тюрин Д. В.	Маркетинговые исследования: учебник для спо.	Москва: Юрайт, 2022.
Л2.5	Катаев А. В., Катаева Т. М.	Интернет-маркетинг: учебное пособие.	Ростов-на-Дону, Таганрог: Южный федеральный университет, 2018

6.2. Электронные учебные издания и электронные образовательные ресурсы

Э1	Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: https://www.smbn.ru/
Э2	Фонд поддержки малого предпринимательства: https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html
Э3	10 лучших бизнес-инкубаторов России: https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii

6.3.1 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства

6.3.2 Перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем

6.3.2.1	Справочная Правовая Система КонсультантПлюс
---------	---

6.3.2.2	Информационная справочная система «Гарант»
---------	--

7. МТО (оборудование и технические средства обучения)

№	Назначение	Оборудование	ПО	Адрес	Вид
44	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 26 шт., стул – 50 шт., доска – 1 шт., компьютер – 1 шт., проектор – 1 шт.	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	Лек
7	учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий практического и семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ, проектов), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации. Лаборатория информационных технологий, помещение для самостоятельной работы	Демонстрационное оборудование, учебно-наглядные пособия Специализированная мебель: стол – 21 шт., стул – 40 шт., доска – 1 шт., компьютеры – 12 шт, проектор – 1 шт., доступ в Интернет	Операционная система Microsoft Windows 10 home Приложение Офис2016 Антивирус Nod 5 academic Интернет фильтр UserGade Система тестирования MyTestx.1c Предприятие 1С 8.3 Бухгалтерия 1С 8.3 Документооборот 1С 8.3 Комплект для обучения в высших и средних учебных заведений. 1С 8.3	344029, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, Первомайский район, ул. Сержантова, 2/104	