

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФАГОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 18.07.2024 13:09:17
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd52c70e0674dddz

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Самарский государственный экономический университет»

Факультет среднего профессионального и предпрофессионального образования
Кафедра факультета среднего профессионального и предпрофессионального образования

АННОТАЦИЯ

Наименование дисциплины УП.02.01 Учебная практика

Специальность 38.02.08 Торговое дело

Квалификация (степень) выпускника Специалист торгового дела

1. Цели и задачи практики

Рабочая программа учебной практики профессионального модуля ПМ.02. «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» для специальности 38.02.08 Торговое дело является обязательным разделом ОП по специальности 38.02.08 Торговое дело, разработанной в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 Торговое дело, учебным планом и рабочей программой профессионального модуля.

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и реализуется в рамках профессионального модуля ПМ.02. «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» по основному виду профессиональной деятельности для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по избранной специальности.

Цели практики:

1. Ознакомление с процессами организации и осуществления предпринимательской деятельности в сфере торговли;
2. Приобретение опыта практической работы по приобретаемой специальности.

Задачи практики

1. Ознакомление со сферой будущей профессиональной деятельности обучающихся по избранной специальности;
2. Осуществление практико-ориентированного подхода.
3. Освоение общих и профессиональных компетенций.

Способы и формы проведения учебной практики:

- 1) способ проведения – стационарный;
- 2) форма проведения – дискретно:
 - по видам практик - путем выделения в календарном учебном графике непрерывного периода учебного времени для проведения каждого вида (совокупности видов) практики;
- 3) тип практики - учебная.

2. Количество часов, отводимое на практики профессионального модуля ПМ.02. «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли»

УП.02.01 Учебная практика – 36 часов.

Продолжительность – 1 неделя,

Время проведения – 5 семестр.

3. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

При прохождении практики обучающийся должен освоить соответствующие компетенции:

Общие компетенции:

Код	Наименование общих компетенций
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

Профессиональные компетенции:

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
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
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 прохождения учебной практики профессионального модуля ПМ.02. «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» студент должен обладать умениями, знаниями и первоначальным практическим опытом по основному виду профессиональной деятельности:

Иметь практический опыт	<ul style="list-style-type: none"> – 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;
-------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> – 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.
<p>уметь</p>	<ul style="list-style-type: none"> – 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;

	<ul style="list-style-type: none"> – 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; <p>анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков.</p>
знать	<ul style="list-style-type: none"> – 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;

	<ul style="list-style-type: none"> – 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.
--	---

4. Организация и содержание практики

4.1. Организация работы студентов на практике

Учебная практика реализуется в мастерской «Учебный магазин» профессиональной образовательной организации с оборудованием, инструментами, расходными материалами, обеспечивающих выполнение всех видов работ, определенных содержанием программы профессионального модуля, отвечающей потребностям отрасли и требованиям работодателей, лаборатории «Предпринимательства и интернет – маркетинга».

Общее руководство практикой, контроль за работой студентов, а также консультирование по конкретным вопросам программы практики осуществляет, назначенный приказом ректора, руководитель учебной практики из числа преподавателей профессионального цикла.

Руководитель практики обязан:

- составить и обеспечить выдачу индивидуальных заданий на учебную практику;
- обеспечить высокое качество прохождения практики обучающимися в соответствии с настоящей программой;
- проводить контроль за ходом учебной практики и освоением обучающимися программы учебной практики, беседы и консультации, оказывать помощь в составлении отчетов по учебной практике;
- согласовать индивидуальный календарный график прохождения практики;
- принять, проверить отчеты по практике и оценить результаты работы практиканта.

Студенты, проходящие практику обязаны:

- изучить программу практики;
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- соблюдать правила внутреннего распорядка, требования охраны труда и пожарной безопасности;
- составить индивидуальный календарный график прохождения практики и согласовать его с руководителем практики;
- подготовить отчет по практике по установленной форме;
- представить отчет о прохождении практики руководителю практики.

4.2. Содержание учебной практики

№ п/п	Наименование видов работ обучающихся	Количество часов	Формируемые компетенции
	1		2
1	Вводный инструктаж:	2	ОК01, ОК02
1.1	Ознакомление с целями практики	0,5	ОК01, ОК02
1.2	Инструктаж по технике безопасности и противопожарной безопасности	0,5	ОК01, ОК02
1.3	Организационные вопросы	1	ОК01, ОК02
2	Занятия в мастерской «Учебный магазин»/лаборатории «Предпринимательства и интернет – маркетинга»	34	ОК01, ОК02 ПК 2.1 - ПК 2.8
2.1	Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской	6	ОК01, ОК02, ПК2.1, ПК 2.8, ПК

	единицы.		2.3
2.2	Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы	6	ОК01, ОК02, ПК2.1, ПК 2.4, ПК 2.3
2.3	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.	6	ОК01, ОК02, ПК2.1, ПК 2.2, ПК 2.3, ПК 2.4
2.4	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) Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности.	16	ОК01, ОК02, ПК2.4, ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК2.8

	ВСЕГО часов:	36	
--	---------------------	-----------	--

На протяжении прохождения практики студент в командах применяют принципы и методы бизнес-планирования и финансового моделирования предпринимательской деятельности.