

**ЧАСТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ПЕНЗЕНСКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»
(ЧПОУ ПГТК)**

РАССМОТРЕНО

на заседании Педагогического совета
Протокол № 1
от «30» августа 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ

Директор ЧПОУ ПГТК
Э.Т.Шлосберг
«30» августа 2024 г.



Сведения об электронной подписи

Подписано: Шлосберг Эмма Трудовна

Должность: директор

Пользователь: shlosberg1

СОГЛАСОВАНО

Работодатель
ИП Орехова Г.В.
Главный бухгалтер



Г.И.Сунозова

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ**

среднего профессионального образования
по программе подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ)
специальность 38.02.08 «Торговое дело»

Рабочая программа производственной практики профессионального модуля разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.08 «Торговое дело».

1. Цели и задачи производственной практики

Цель и задачи учебной практики состоят в овладении студентом видом профессиональной деятельности: **Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли.** В результате прохождения учебной практики студент 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.
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-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.

2. Количество недель (часов) на освоение программы учебной практики:

Количество часов на освоение программы ПМ 02. «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли»:

- производственной практики 72 часа в рамках освоения ПМ 02. «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли», в том числе:

МДК.02.01 Технология проведения маркетинговых исследований

МДК 02.02 Ценообразование в торговой деятельности.

МДК.02.03 Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы.

3. Планируемые результаты освоения практики:

Результатом учебной практики является освоение студентом:

общих компетенций:

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
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 государственной документацией на и иностранном языках

профессиональных компетенций:

Код	Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций
ВД 2	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)
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

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

4.1 Содержание практики

Код ПК	Код и наименования профессиональных модулей	Вид работы	часы
ПК 2.1 – ПК 2.8	ПМ 02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли»	Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования	4
		Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.	4
		Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли	4
		Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики.	4
		Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования	4
		Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации	4
		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.	4

	Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках	
	Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышения объемов продаж торговой организации	4
	Оформление результатов маркетингового исследования	4
	Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям	4
	Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование	4
	Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).	4
	Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.	2
	Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках	2
	Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия	4
	Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.	4
	Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги	4
	Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	4
	ИТОГО:	72

Производственная практика

Виды работ

1. Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования
2. Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач.
3. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли.
4. Разработка плана проведения маркетингового исследования и согласование с руководителем учебной практики.
5. Определения маркетинговых инструментов, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования. Их

описание и назначение в ходе проведения маркетингового исследования.

6. Поиск первичной и вторичной маркетинговой информации.

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.

8. Выявление конкурентов исследуемого торгового предприятия. Определение конкурентных преимуществ исследуемого торгового предприятия на внутреннем и внешних рынках

9. Подготовка предложений по улучшению системы продвижения товаров, повышению объемов продаж торговой организации.

10. Оформление результатов маркетингового исследования.

11. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям

12. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.

13. Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики).

14. Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.

15. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках.

16. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия.

17. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия.

18. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги

19. Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации

Примеры индивидуальных заданий

Задание

1	<p>В начале отчета напишите цель и задачи практики, место, сроки ее прохождения и продолжительность. Дайте организационно-экономическую характеристику торговой организации (предприятия), в которой проходила практика: приведите общие сведения об организации (название, юридический адрес, основные виды деятельности), организационную структуру управления, наличие лицензий и сертификатов.</p> <p>Для выполнения задания используйте материалы организации, в которой проходите практику, информационные базы данных, общедоступные справочные системы, открытые источники информации, включая ресурсы сети Интернет, официальные интернет-сайты государственных органов и организаций, социальные сети и др.</p>
---	---

Задание

1	<p>Приведите общую экономическую характеристику исследуемой организации на основе анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности по данным бухгалтерского баланса, отчета о финансовых результатах, статистической и другой отчетности. Самостоятельно проведите расчеты показателей, характеризующих товарооборот, финансовое состояние, финансовые результаты и эффективность деятельности организации.</p> <p>Для выполнения задания используйте материалы организации, в которой проходите практику, информационные базы данных, общедоступные справочные системы, открытые источники информации, включая ресурсы сети Интернет, официальные интернет-сайты государственных органов и организаций, социальные сети и др.</p>
---	--

Задание

1	<p>Дайте характеристику сегмента рынка, на котором функционирует торговая организация, и проведите его оценку на основе показателей емкости и насыщенности рынка. Укажите основных покупателей товаров и поставщиков товаров. Ознакомьтесь с позиционированием организации (и ее товара, если она торгует фирменной продукцией). Самостоятельно оцените уровень конкуренции на рынке, наличие (или отсутствие) у предприятия конкурентных преимуществ. Опишите результаты исследования рынка, на котором действует торговая организация в своем отчете.</p> <p>Для выполнения задания используйте материалы организации, в которой проходите практику, информационные базы данных, общедоступные справочные системы, открытые источники информации, включая ресурсы сети Интернет, официальные интернет-сайты государственных органов и организаций, социальные сети и др.</p>
---	--

Задание

1	<p>Изучите ценовую политику торговой организации (предприятия), выявите факторы, влияющие на формирование цен. Проведите в отчете анализ применяемого метода ценообразования на примере отдельных товаров (или товарных групп). Опишите достоинства и недостатки применяемого метода ценообразования. Самостоятельно рассчитайте торговую наценку на товары разных групп (приведите примеры).</p>
---	---

	<p>Для выполнения задания используйте материалы организации, в которой проходите практику, информационные базы данных, общедоступные справочные системы, открытые источники информации, включая ресурсы сети Интернет, официальные интернет-сайты государственных органов и организаций, социальные сети и др.</p>
--	--

Задание

1	<p>Изучите процесс организации и управления товародвижением в исследуемой организации. Рассмотрите формы организации товародвижения, которые она применяет, порядок закупки товаров, доставки товаров в организацию, а также каналы распределения товаров и методы продаж. Примите участие в формировании и предоставлении заказов поставщикам или заключении с ними договора с последующим контролем поставки.</p> <p>Для выполнения задания используйте материалы организации, в которой проходите практику, информационные базы данных, общедоступные справочные системы, открытые источники информации, включая ресурсы сети Интернет, официальные интернет-сайты государственных органов и организаций, социальные сети и др.</p>
---	--

Задание

1	<p>Изучите способы продвижения товаров (услуг) торговой организации. Проанализируйте применение разных способов стимулирования сбыта в организации (скидки, акции, купоны, реклама, премии продавцам и т.д.) и выявите наиболее эффективный способ. На основе данных о проведенных мероприятиях по стимулированию сбыта, самостоятельно проведите расчет их эффективности и сделайте вывод о целесообразности данных стимулирующих мероприятий. Самостоятельно предложите новые способы стимулирования потребителей, торговли и персонала торговой организации.</p> <p>Для выполнения задания используйте материалы организации, в которой проходите практику, информационные базы данных, общедоступные справочные системы, открытые источники информации, включая ресурсы сети Интернет, официальные интернет-сайты государственных органов и организаций, социальные сети и др.</p>
---	--

Задание

1	<p>Примите участие в мероприятии, направленном на стимулирование спроса покупателей. Разработайте перечень вопросов и проведите устный опрос или составьте анкету и проведите анкетирование покупателей магазина. Сделайте выводы о спросе на отдельный товар или на группу товаров, о степени лояльности покупателей к этому товару, о их претензиях к качеству товаров, уровню обслуживания, режиму работы, наличию дополнительных услуг и т.д. Предложите коммерческие решения, которые, по вашему мнению, будут способствовать увеличению объема продаж в магазине.</p> <p>Для выполнения задания используйте материалы организации, в которой проходите практику, информационные базы данных, общедоступные справочные системы, открытые источники информации, включая ресурсы сети Интернет, официальные интернет-сайты государственных органов и организаций, социальные сети и др.</p>
---	--

5. УСЛОВИЯ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

5.1. Требования к материально-техническому обеспечению:

Производственная практика должна проводиться в организациях, направление деятельности которых соответствует профилю подготовки обучающихся. С соответствующим материально-техническим обеспечением.

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации имеет электронные образовательные и информационные ресурсы.

Электронно-библиотечные системы (ЭБС), включающие электронный каталог и полнотекстовые документы:

Программное обеспечение, являющееся частью электронной информационно-образовательной среды и базирующееся на телекоммуникационных технологиях:

- компьютерные обучающие программы;
- тренинговые и тестирующие программы;
- интеллектуальные роботизированные системы оценки качества выполненных работ.

Программа управления образовательным процессом в ЭИОС (Информационная технология. Программа управления образовательным процессом. КОМБАТ).

Электронно-библиотечная система «IPRbooks» - <http://www.iprbookshop.ru>.

Информационное обеспечение организации и проведения практики

Основная литература:

1. Сухов, В. Д. Маркетинг : учебник для СПО / В. Д. Сухов, А. А. Киселев, А. И. Сазонов. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 306 с. — ISBN 978-5-4488-1358-0, 978-5-4497-1608-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119290.html>

2. Комиссарова, М. Н. Разработка проектов: рекламный менеджмент и маркетинг : учебное пособие для СПО / М. Н. Комиссарова. — Саратов : Профобразование, 2020. — 135 с. — ISBN 978-5-4488-0848-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95594.html>

3. Шамис, В. А. Основы маркетинга в различных сферах деятельности : учебное пособие для СПО / В. А. Шамис, Г. Г. Левкин. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 173 с. — ISBN 978-5-4488-1569-0, 978-5-4497-1831-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/124751.html>

4. Ларионова, О. А. Ценообразование. Методы ценообразования : учебное пособие / О. А. Ларионова. — Рязань : Рязанский государственный радиотехнический университет, 2022. — 49 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134881.html>

5. Павлова С.А., Цветкова Е.А. Основы теории ценообразования. [Электронный ресурс] : рабочий учебник /Павлова С.А., Цветкова Е.А. - 2022. - <https://library.roweb.online>

6. Павлова С.А., Цветкова Е.А. Методология формирования цен. [Электронный ресурс] : рабочий учебник /Павлова С.А., Цветкова Е.А. - 2022. - <https://library.roweb.online>

7. Павлова С.А., Цветкова Е.А. Практическое ценообразование. [Электронный ресурс] : рабочий учебник /Павлова С.А., Цветкова Е.А. - 2022. - <https://library.roweb.online>

8. Кускова Е.А. Бизнес-план как основа реализации предпринимательской идеи (проекта). [Электронный ресурс] : рабочий учебник /Кускова Е.А. - 2022. - <https://library.roweb.online>

9. Кускова Е.А. Анализ рынка и разработка плана маркетинга. [Электронный ресурс] : рабочий учебник /Кускова Е.А. - 2022. - <https://library.roweb.online>

10. Кускова Е.А. Содержание и разработка основных разделов бизнес-плана. [Электронный ресурс] : рабочий учебник /Кускова Е.А. - 2022. - <https://library.roweb.online>

11. Кускова Е.А. Анализ эффективности и оценка рисков бизнес-проекта. [Электронный ресурс] : рабочий учебник /Кускова Е.А. - 2022. - <https://library.roweb.online>

12. Матыцына, Т. В. Финансовое моделирование проектов: теория и практика : учебное пособие / Т. В. Матыцына, Т. Г. Погорелова. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2022. — 212 с. — ISBN 978-5-9275-4296-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131463.html>

13. Ильшева, Н. Н. Учет и финансовый менеджмент: концептуальные основы : учебное пособие для СПО / Н. Н. Ильшева, С. И. Крылов, Е. Р. Синянская ; под редакцией Т. В. Зыряновой. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2021. — 162 с. — ISBN 978-5-4488-1121-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/104917.html>

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/privlechenieinvestitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

6. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

При оценивании уровня компетенций практиканта по итогам производственной практики необходимо опираться на оценочный лист, в котором отражается и оценена его самостоятельная работа в период практики.

Оценка «отлично» выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал курса, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами и вопросами, не затрудняется с ответами при видоизменении заданий,

правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач;

Оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал курса, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения;

Оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач;

Оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.
Форма направления на практику

НА П Р А В Л Е Н И Е

На _____ практику
вид практики

№ договора _____

Направление подготовки _____

ОРГАНИЗАЦИЯ – место прохождения практики:

Объем практики _____ зачетные единицы.

Сроки прохождения практики с _____ по _____

Задания на практику - Приложение 1.

Планируемые результаты практики - Приложение 2.

Содержание практики, способа и формы ее проведения указываются в Программе практики, размещенной на сайте «Личная студия» обучающегося.

Дата выдачи направления « _____ » _____ 202__ г.

к Направлению на _____ (вид практики) практику
обучающегося в (ФИО) _____

Номер договора: _____

Направление подготовки: _____

Сроки практики: с _____ по _____

Объем практики _____ зачетные единицы.

Наименование организации - места прохождения практики

Дата выдачи направления: " ____ " _____ 202__ г.

Задания на практику

Руководитель практики от Образовательной организации

_____/_____/

Руководитель практики от организации- места прохождения практики:

"Задания на практику согласованы".

(подпись)

М.П.

(ФИО руководителя практики от
организации- места прохождения практики)
« ____ » _____ 202__ г.

к Направлению на _____ (вид практики) практику
обучающегося в (ФИО) _____

Номер договора: _____

Направление подготовки: _____

Объем практики _____ зачетные единицы.

Сроки практики: с _____ по _____

Наименование организации - места прохождения практики

Дата выдачи направления: " _____ " _____ 202__ г.

Планируемые результаты практики (компетенции)

Руководитель практики от Образовательной организации
_____/_____/

Руководитель практики от организации- места прохождения практики:

"Планируемые результаты практики согласованы".

(подпись)

(ФИО руководителя практики от
организации- места прохождения практики)

М.П.

« _____ » _____ 202__ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.
Форма дневника практики

ДНЕВНИК ПРАКТИКИ

Студент _____

Направление подготовки _____

Группа _____

Руководитель от организации:

Ф.И.О., должность

, 202__г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.
Образец оформления титульного листа отчета

ОТЧЕТ
ПО ПРОХОЖДЕНИЮ _____ ПРАКТИКИ

Студент: _____

Направление подготовки _____

Группа: _____

Руководитель от ЧПОУ: _____

Оценка по результатам защиты _____

Подпись, дата _____

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.
Форма аттестационного листа

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

_____ практика
(вид практики)

(Ф.И.О.)
обучающийся(аяся) на _____ курсе по специальности

код, наименование
успешно прошел(ла) _____ практику

в объеме _____ час. с _____ по _____
В организации _____

(наименование организации, юридический адрес)

№ п/п	Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика
1		
2		
3		

Характеристика учебной и профессиональной деятельности обучающегося во время практики _____

Руководитель практики: _____ / _____
(подпись) (Фамилия И.О.)

_____ / _____ / _____
(должность руководителя организации базы практики) (подпись) (Фамилия И.О.)

Дата « _____ » _____ 20 _____ г.