


ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ «АКБУЛАКСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ ТЕХНИКУМ»

Утверждаю директор
 ГАПОУ «АПТ»
Симакова Е.В.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
УП.02 ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской
деятельности в сфере торговли
2025

2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	3
1.1. Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы	3
1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики	4
1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П	6
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	8
2.1. Трудоемкость освоения учебной практики	8
2.2. Структура учебной практики.....	8
2.3. Содержание учебной практики	9
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	12
3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики	12
3.2. Учебно-методическое обеспечение	12
3.3. Общие требования к организации учебной практики	13
3.4. Кадровое обеспечение процесса учебной практики	13
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	14

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

1.1. Цель и место учебной практики в структуре образовательной программы:

Рабочая программа учебной практики является частью программы подготовки специалиста торгового дела в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.08 Торговое дело

(код и наименование специальности, профессии)

и реализуется в профессиональном цикле после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессиональных модулей в соответствии с учебным планом (п. 5.1. ОПОП-П):

<i>УП 02 Учебная практика</i>	<i>ПМ 02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли</i>	<i>МДК 02.01 Технология проведения маркетинговых исследований МДК 02.02 Ценообразование в торговой деятельности МДК 02.03 Бизнес- планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы</i>
-------------------------------	--	---

Учебная практика направлена на развитие общих (ОК) и профессиональных компетенций (ПК):

Код ОК / ПК	Наименование ОК / ПК
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	Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде
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

Цель учебной практики: формирование первоначальных практических профессиональных умений в рамках профессиональных модулей данной ОПОП-П по видам деятельности: «ВД 2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли».

1.2. Планируемые результаты освоения учебной практики

В результате прохождения учебной практики по видам деятельности, предусмотренным ФГОС СПО и запросам работодателей, обучающийся должен получить практический опыт (сформировать умения):

Наименование вида деятельности	Практический опыт/ умения
ВД 2 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	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.

1.3. Обоснование часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П

Код УП	Код ПК/дополнительные (ПК*, ПКц)	Практический опыт	Наименование темы практики	Объем часов УП	Обоснование увеличения объема практики
УП. 02	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>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;</p>	1. Технология проведения маркетинговых исследований	36	<p>По запросу работодателя ООО «Агроторг» увеличено количество часов производственной практики с целью отработки практических навыков для организации и осуществления предпринимательской деятельности в сфере торговли</p>
			2. Ценообразование в торговой деятельности.	36	

		<p>применения программных продуктов в системе продвижения товаров (услуг) организации;</p> <p>применения различных платформ в системе продвижения товаров (услуг) организации; 37</p> <p>проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <p>проведения сбора, мониторинга и систематизации ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий;</p> <p>установления конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках;</p> <p>применения норм российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности;</p> <p>использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана;</p> <p>разработки бизнес-</p>			
--	--	---	--	--	--

		<p>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 определению рисков предпринимательской единицы.</p>			
<p>Всего академических часов учебной практики в рамках вариативной части ОПОП-П -36 ак.ч.</p>					

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

2.1. Трудоемкость освоения учебной практики

Код УП	Объем, ак.ч.	Форма проведения производственной практики (концентрированно/ рассредоточено)	Курс / семестр
УП. 02	72	рассредоточено	3 курс /5 семестр, 3 курс/6 семестр
Всего УП	72	X	X

2.2. Структура учебной практики

Код ПК	Наименование разделов профессионального модуля	Виды работ	Наименование тем производственной практики	Объем часов
УП 02. ПМ 02.	Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли			x
ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.3. ПК 2.4.	Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований	1. Изучение инструкций по безопасности труда.	1.1. Вводный инструктаж на рабочем месте	6
ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.		Противопожарные мероприятия. Промышленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде.	1.2. Технология проведения маркетинговых исследований	18
		Производственная санитария и ее задачи. 2. Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана. Построение организационной структуры управления	1.3. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.	12

		<p>предпринимательской единицы. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. Построение модели Остервальдера.</p> <p>3.Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования</p> <p>Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. Разработка и заполнение финансовой модели деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением специализированных программных продуктов</p> <p>Заполнение нормативов для проведения экономических расчетов.</p> <p>Составление бюджета инвестиций на приобретение оборудования . Расчет потребности в оборотном капитале. Прочие расходы стартового периода.</p> <p>Расчеты цен и себестоимости.</p> <p>Составление плана продаж в натуральном и стоимостном выражении</p> <p>Составление плана переменных расходов</p> <p>Расчет точки безубыточности</p>		
--	--	---	--	--

		Составление бюджета доходов и расходов Составление бюджета движения денежных средств Построение модели Остервальдера. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.		
ВСЕГО			ПО РАЗДЕЛУ 1	36
ПК 2.1. ПК 2.2. ПК 2.3. ПК 2.4.	Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности.	1. Изучение инструкций по безопасности труда. Противопожарные мероприятия.	Тема 2.1. Вводный инструктаж на рабочем месте	6
ПК 2.5. ПК 2.6. ПК 2.7. ПК 2.8.		Промышленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде. Производственная санитария и ее задачи. Анализ состояния техники безопасности в магазине и подготовка выводов о соблюдении правил охраны труда и техники безопасности 2. Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям 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	Тема 2.2. Ценообразование в торговой деятельности .	30

		<p>(перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации.</p> <p>Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. 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>		
ВСЕГО			ПО РАЗДЕЛУ 2	36

2.3. Содержание учебной практики

Наименование разделов профессионального модуля и тем учебной практики	Содержание работ	Объем, ак.ч.
УП 02. ПМ 02. Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли		72
Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований		36
Тема 1.1. Вводный инструктаж на рабочем месте	<p>Содержание</p> <p>Изучение инструкций по безопасности труда. Противопожарные мероприятия. Промышленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде. Производственная санитария и ее задачи.</p>	6
Тема 1.2. Технология проведения маркетинговых исследований	<p>Содержание</p> <p>Сбор информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы. Проведение Pest анализа, применение метода Ансоффа-Пинье для описания бизнес-модели предпринимательской единицы. Выполнение отдельных этапов разработки бизнес-плана: Построение организационной структуры управления предпринимательской единицы. Определение целевой аудитории по методу Шеррингтона. Построение модели Остервальдера.</p>	18
Тема 1.3. Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование.	<p>Содержание</p> <p>Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач. Определение этапов проведения маркетинговых исследования на примере предприятия торговли. 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</p>	12

	Составление плана переменных расходов Расчет точки безубыточности Составление бюджета доходов и расходов Составление бюджета движения денежных средств Построение модели Остервальдера. Определение бизнес-процессов и составление схемы оказания услуг.	
Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности.		
Тема 2.1. Вводный инструктаж на рабочем месте	Содержание Изучение инструкций по безопасности труда. Противопожарные мероприятия. Промышленно-санитарное законодательство. Основные понятия о гигиене труда. Гигиенические требования к рабочей одежде. Производственная санитария и ее задачи. Анализ состояния техники безопасности в магазине и подготовка выводов о соблюдении правил охраны труда и техники безопасности	6
Тема 2.2. Ценообразование в торговой деятельности.	Содержание Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям 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 учебной практики). Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. Оформление результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. Представление презентации по итогам анализа ценообразования торгового предприятия. Проверка обоснованности заявленных цен на товары, работы, услуги Разработка, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	30
Промежуточная аттестация в форме комплексного дифференцированного зачёта		72

3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1. Материально-техническое обеспечение учебной практики

Реализация программы практики осуществляется на предприятии торговли

г. Оренбург.

Оборудование учебного кабинета на предприятии:

- комплект учебно-методической документации;
- комплект бланков коммерческих документов;
- наглядные пособия (планшеты, опорные схемы и презентации по темам и разделам практики, нормативные документы);
- технические средства обучения (ПК, принтер, мультимедийный проектор);
- натуральные образцы весоизмерительного оборудования (механического и электронного);
- натуральные образцы оборудования для расчетов с покупателями (ККМ).

3.2. Учебно-методическое обеспечение

3.2.1. Основные печатные и/или электронные издания

1. Памбухчиянц, О.В. Организация коммерческой деятельности: учебник / О.В. Памбухчиянц. - 6-е изд. - Москва: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2022 г. - 266 с.

3.2.2. Дополнительные источники

1. Каращук, О.С. Торговое дело. Введение в профессию: учебное пособие для среднего профессионального образования / О.С. Каращук. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 143 с.

2. Курганова, Н.Ю. Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда: Учебник для СПО / Н.Ю. Курганова, Г.Г. Чернухина. - Москва: Издательство МФПУ «Синергия», 2022 г. - 316 с.

3.3. Общие требования к организации учебной практики

Учебная практика проводится в учебно-производственных мастерских, лабораториях и иных структурных подразделениях образовательного учреждения, либо в организациях в специально оборудованных помещениях на основе договоров между организацией, осуществляющей деятельность по образовательной программе соответствующего профиля (далее - Профильная организация), и образовательным учреждением.

Сроки проведения учебной практики устанавливаются образовательной организацией в соответствии с ОПОП-П по специальности код и наименование.

Учебная практика реализуется в форме практической подготовки и проводятся как непрерывно, так и путем чередования с теоретическими занятиями по дням (неделям) при условии обеспечения связи между теоретическим обучением и содержанием практики.

3.4. Кадровое обеспечение процесса учебной практики

Учебная практика проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла.

4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

Индекс УП	Код ПК, ОК	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
УП 02	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>Проведенные маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга. Разработанные предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации.</p> <p>Определенные конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках.</p> <p>Предложенный бизнес-план и финансовая модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов. Проведенный сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий.</p>	<p>Оценка выполнения производственного задания (аттестационные листы, дневник) и задания по практике (отчет); комплексный дифференцированный зачет по практике; квалификационный экзамен; оценка портфолио (аттестационные листы, свидетельства, сертификаты характеристики, отзывы, грамоты)</p>