

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого»
(ФГАОУ ВО «СПбПУ»)
Институт среднего профессионального образования

СОГЛАСОВАНО:

Работодатель:

Главный бухгалтер

ООО «Салотти П»

_____ М.А. Фоминых

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ УП.02.01
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ ПМ.02
Организация и проведение экономической и
маркетинговой деятельности**

по специальности

**38.02.04 Коммерция (по отраслям)
Год начала подготовки по УП 2023
На базе основного общего образования**

Санкт-Петербург

2025

РАССМОТРЕНА:
предметной (цикловой)
комиссией
«Экономика и управление»
Протокол № 12
от «26» июня 2025 г.
Председатель ПЦК А.В. Щербак

Подпись

УТВЕРЖДАЮ:
Директор
_____ Р.А Байбиков
« ____ » _____ 2025 г.

Рабочая программа производственной практики УП.02.01 профессионального модуля ПМ.02 Организация экономической и маркетинговой деятельности разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности СПО 38.02.04 Коммерция (по отраслям) и в соответствии с учебным планом Института среднего профессионального образования ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого».

Организация-разработчик: Институт среднего профессионального образования ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого».

Разработчик: Н.М.Коверина., преподаватель ИСПО.

Содержание

1. Паспорт программы практики

- 1.1. Область применения программы практики
- 1.2. Цели и задачи практики, требования к результатам
- 1.3. Место практики в структуре ППСЗ
- 1.4. Трудоемкость и сроки проведения практики
- 1.5. Место прохождения практики

2. Результаты освоения программы практики

3. Структура и содержание практики

4. Условия реализации программы практики

- 4.1. Требования к проведению практики
- 4.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению
- 4.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики
- 4.4. Кадровое обеспечение образовательного процесса

5. Контроль и оценка результатов практики

6. Аттестация по итогам практики

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1. Основная характеристика программы

Учебная практика УП.02.01 входит в состав профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» и относится к федеральному компоненту учебного плана ИСПО СПбГПУ в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Организация экономической и маркетинговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

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

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

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

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.

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

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

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

1.2. Цели и задачи учебной практики, требования к результатам

Учебная практика направлена на формирование у студентов профессиональных и общекультурных компетенций, предусмотренных ОПОП в соответствии с ФГОС.

Основными целями организации и проведения учебной практики являются:

- закрепление и расширение теоретических и практических знаний, полученных за время обучения;

- ознакомление с содержанием основных работ, выполняемых на предприятии или в организации по месту прохождения практики;

- изучение особенностей устройства, состояния, поведения и/или функционирования конкретных торгово-технологических процессов;

- приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности или в отдельных ее разделах;

- принятие участия в конкретном торгово-технологическом процессе;

- освоение приемов, методов и способов выявления, наблюдения, измерения и контроля параметров видов работ.

Для эффективного достижения целей обучающиеся должны:

- понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, и основные проблемы дисциплин, определяющих область профессиональной деятельности, видеть их взаимосвязь в целостной системе знаний;
- быть ориентированными на профессиональное мастерство и творческое развитие профессии и человека в ней;
- понимать определяющую роль методологических и мировоззренческих взглядов в деятельности профессионала;
- знать этические и правовые нормы, регулирующие отношение человека к человеку, обществу, окружающей среде и уметь учитывать их в профессиональной деятельности;
- уметь использовать методы научно-технического творчества для решения задач, связанных с профессиональной деятельностью;
- уметь на научной основе организовать свой труд и владеть компьютерными методами сбора, хранения и обработки (редактирования) информации, применяемыми в профессиональной деятельности;
- уметь научно анализировать социально-значимые проблемы и процессы в профессиональной деятельности;
- владеть социально-психологической культурой и умением анализировать личностно-значимые проблемы;

Задачи учебной практики:

- получение практического опыта по основным экономическим показателям деятельности торгового предприятия;
- овладение навыками организации и проведения работ сбытового процесса;

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в результате прохождения практики в рамках освоения профессионального модуля 02. должен:

иметь практический опыт:

- выявления потребностей (спроса) на товары;
- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;
- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
- анализа маркетинговой среды организации.

уметь:

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;

- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проводить маркетинговые исследования рынка;
- оценивать конкурентоспособность товаров;

1.3. Место учебной практики в структуре ППССЗ

Учебная практика проводится, в соответствии с утвержденным учебным планом, после прохождения междисциплинарных курсов (МДК) в рамках профессионального модуля 02:

МДК. 02.02

МДК. 02.03

1.4. Трудоемкость и сроки проведения практики

Трудоемкость учебной практики в рамках освоения профессионального модуля 02 составляет 72 часа (2 недели).

Сроки проведения учебной практики определяются рабочим учебным планом по специальности и графиком учебного процесса. Практика проводится на 3 курсе.

1.5. Место прохождения учебной практики

Кабинет социально-экономических дисциплин

2. Результаты освоения программы учебной практики

Результатом прохождения учебной практики в рамках освоения профессионального модуля 02 является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Организация экономической и маркетинговой деятельностью, в том числе профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
ПК 2.5	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров..
ПК 2.6	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации
ПК 2.7	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений
ПК 2.8	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
ОК 1.	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2.	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач оценивать их эффективность и качество.
ОК 3.	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

ОК 4.	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6.	Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7.	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 12.	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3. Структура и содержание учебной практики

Наименование разделов и тем	Максимальная учебная нагрузка студента (час)	Количество аудиторных часов при очной форме обучения			Самостоятельная работа студента
		Всего	Лаб работы	Практич. работы	
Тема 1. Создание команд по 2 или 3 человека Выбор и название бизнес-идеи Генерирование бизнес - идеи Способы генерирования бизнес-идеи (не менее 3 какой способ вы использовали)	2	2		2	
Тема 2. Разработать и описать общую информацию о фирме (предприятии) или компании	4	4		4	
Тема 3. Описание отрасли и перспективы ее развития. кадры, и структура управления, направление деятельности и выпускаемая продукция(услуги), партнерские связи	2	2		2	
Тема 4. Приведите сильные стороны каждого из членов команды, значимые для предпринимательской деятельности (не менее 3 четко сформулированных	4	4		4	

качеств участников, Которые используются в ходе реализации проекта) и аргументируйте их					
Тема 5. Определите четко роли каждого из участников в проекте (бизнесе)	2	2		2	
Тема 6. Приведите аргументы принятия командных решений	2	2		2	
Тема 7. Сформулируйте не менее 3 ключевых факторов успеха команды, которые могут быть применены в ходе реализации проекта, приведите доводы, подтверждающие реалистичность и практическую значимость для проекта приведенных ключевых факторов	2	2		2	
Тема 8. Целевые потребители , детально описать целевые группы, на которые будет нацелен продукт компании (портрет типичного клиента)	4	4		4	
Тема 9. Определить и продемонстрировать отношение целевой группы к определенной сфере коммерческого воздействия	4	4		4	
Тема 10. Максимально точно и	4	4		4	

достоверно оценить размер всей целевой группы					
Тема 11. Анализ фактической и прогнозируемой ситуации по работе с целевой аудиторией (воронки продаж)	6	6		6	
Тема 12. Выбрать маркетинговую стратегию , оценить внешние и внутренние факторы при выборе маркетинговой стратегии	6	6		6	
Тема 13. Обосновать выбор стратегии ценообразования	4	4		4	
Тема14. Описать каналы сбыта продукции или услуги	4	4		4	
Тема 15. Обосновать передачу некоторых функций в области маркетинга на аутсорсинг или обосновать отсутствие такой необходимости	4	4		4	
Тема 16 Разработка анкеты в ходе маркетинговых исследований	6	6		6	
Тема 16 Разработка анкеты в ходе маркетинговых исследований	6	6		6	
Тема 17	6	6		6	

Подготовка итоговой презентации					
Итого:	72	72		72	

Тема 1.

Создание команд по 2 или 3 человека

Выбор и название бизнес-идеи

Генерирование бизнес -идеи Способы генерирования бизнес-идеи
(не менее 3 какой способ вы использовали)

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 2.

Разработать и описать общую информацию о фирме (предприятии) или компании

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 3.

Описание отрасли и перспективы ее развития.кадры,и структура управления, направление деятельности и выпускаемая продукция(услуги), партнерские связи

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 4.

Приведите сильные стороны каждого из членов команды, значимые для предпринимательской деятельности (не менее 3 четко сформулированных качеств участников, Которые используются в ходе реализации проекта) и аргументируйте их

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 5.

Определите четко роли каждого из участников в проекте (бизнесе)

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 6.

Приведите аргументы принятия командных решений

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 7.

Сформулируйте не менее 3 ключевых факторов успеха команды, которые могут быть применены в ходе реализации проекта, приведите доводы, подтверждающие

реалистичность и практическую значимость для проекта приведенных ключевых факторов

. Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 8:

Целевые потребители , детально описать целевые группы, на которые будет нацелен продукт компании (портрет типичного клиента)

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 9:

Определить и продемонстрировать отношение целевой группы к определенной сфере коммерческого воздействия

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 10:

Максимально точно и достоверно оценить размер всей целевой группы

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 11:

Анализ фактической и прогнозируемой ситуации по работе с целевой аудиторией (воронки продаж)

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 12:

Выбрать маркетинговую стратегию , оценить внешние и внутренние факторы при выборе маркетинговой стратегии

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 13:

Обосновать выбор стратегии ценообразования

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 14:

Описать каналы сбыта продукции или услуги

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 15:

Обосновать передачу некоторых функций в области маркетинга на аутсорсинг или обосновать отсутствие такой необходимости

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 16:

Разработка анкеты в ходе маркетинговых исследований

Контроль: Наблюдение преподавателем за правильностью выполнения заданий.

Тема 17: Оформление отчета по практике.

4. Условия реализации программы учебной практики

4.1. Требования к проведению учебной практики.

Продолжительность рабочего дня студентов при прохождении практики в организациях составляет для студентов в возрасте от 16 до 18 лет не более 36 часов в неделю (ст. 43 КЗоТ РФ)

С момента начала практики на обучающихся распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации, с которыми студенты должны быть ознакомлены в установленном в организации порядке.

Студенты, не выполнившие программы практик **по уважительной причине**, направляются на практику вторично, в свободное от учебы время.

Студенты, не выполнившие программы практик **без уважительной причины** или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из учебного заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном уставом колледжа. Для руководства практикой студентов в структурных подразделениях колледжа назначается руководитель практики.

4.2. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация программы практики осуществляется в учебном кабинете:

Социально-экономических дисциплин

Оборудование учебного кабинета:

- 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 оборудования для расчетов с покупателями (ККМ);

4.3. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

1. Основные источники:

Федеральные законы:

Федеральный закон -№ 381 от 28 декабря 2009 г. «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

Федеральный закон № 94 от 31.12. 2005 г (с изм. от 30 декабря 2008 г.). «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд».

Федеральный закон от 02.02.2006 №19-ФЗ «О коммерческой тайне».

Федеральный закон от 02.07.2005 № 83-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

Федеральный закон от 29.12.2004 № 192-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

Постановление Совета Министров- Правительства Российской Федерации от 09.09.1993 № 895 «Об утверждении Правил продажи гражданам товаров длительного пользования в кредит».

ПОТ Р М 014-2000 «Межотраслевые правила по охране труда в розничной торговле». Утверждены Постановлением Минтруда России от 16.10.2000 №74.

ГОСТ Р 51303-99 «Торговля. Термины и определения». Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 11.08.1999 № 242-ст.

Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 11.08.1999 № 244-ст.

ГОСТ Р 51773-2001 «Розничная торговля. Классификация предприятий». Принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 05.07.2001 № 259-ст.

Инструкция «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству» Утверждена Постановлением Госарбитража при Совете Министров СССР от 14.11.1974 № 98.

Инструкция «О порядке приемки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по качеству» Утверждена Постановлением Госарбитража при Совете Министров СССР от 14.11.1974 № 98.

ГОСТ Р51303-99. Торговля: термины и определения. – М.: Госстандарт России, 2000.-12 с.

ГОСТ Р 51304-99. Услуги розничной торговли: Общие требования. - М.: Госстандарт России, 2000. – 7 с.

ГОСТ Р 51305-1999. Розничная торговля: Требования к обслуживающему персоналу.– М.: Госстандарт России, 2000.- 7 с.

ГОСТ Р 51773-2001. Розничная торговля: Классификация предприятий. - М.: Госстандарт России, 2001. – 13 с.

Дополнительные источники

1. Канке А.А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Форум, 2023. – 403.
2. Белоусова С.Н. Маркетинг. – Ростов: П/Д, 2019. – 287.
3. Янин О.Е. Финансы, денежное обращение и кредит. – М.: ЭКСМО, 2019. – 357.
4. Басовский Л.Е. Маркетинг. – М.: Академия, 2024. – 398.

1. www.consultant.ru
www.nalog.ru

5. Контроль и оценка результатов учебной практики

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

Студента(ки) 2 курса, группы 23293804/3091

(Фамилия, имя, отчество)

1. Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
УП 02.01. по профессиональному модулю Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»
2. Место прохождения практики (организация), наименование, юридический адрес:
Институт среднего профессионального образования.
3. Время проведения практики 6 семестр 3-го курса
4. Виды и качество выполнения работ

Виды выполненных работ обучающимся во время практики	Объем работ, час.	Показатели выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика	Качество выполнения работ (оценка по пятибалльной системе)
Тема 1. Команда и «Бизнес-идея» Разработка продукта. Определение ролей участников команды	24	<ul style="list-style-type: none">– Создать команды по 2 или 3 человека– Выберите и назовите свою бизнес-идею, обоснуйте выбор, укажите какие способы генерирования идеи вы знаете (не менее 3, какой из способов использовали вы)– Разработать описание общей информации о фирме(предприятии) или компании, описание отрасли и перспективы ее развития, кадры и структура управления, направление деятельности и выпускаемая продукция (услуги), партнерские связи– Приведите сильные стороны каждого из членов команды, значимые для предпринимательской деятельности (не	

		<p>менее 3 четко сформулированных качеств участников, Которые используются в ходе реализации проекта) и аргументируйте их</p> <ul style="list-style-type: none"> – Определите четко роли каждого из участников в проекте (бизнесе) – Сформулируйте не менее 3 ключевых факторов успеха команды, которые могут быть применены в ходе реализации проекта, приведите доводы, подтверждающие реалистичность и практическую значимость для проекта приведенных ключевых факторов 	
<p>Тема 2. Целевая аудитория. Анализ рынка отрасли Анализ фактической и прогнозируемой ситуации по работе с целевой аудиторией</p>	24	<ul style="list-style-type: none"> – Целевые потребители , детально описать целевые группы, на которые будет нацелен продукт компании (портрет типичного клиента) – Определить и продемонстрировать отношение целевой группы к определенной сфере коммерческого воздействия – Максимально точно и достоверно оценить размер всей целевой группы – Анализ фактической и прогнозируемой ситуации по работе с целевой аудиторией (воронки продаж) 	
<p>Тема 3. Маркетинговое планирование. Разработка маркетинговой стратегии. Обоснование выбора стратегии ценообразования. Разработка анкеты</p>	24	<ul style="list-style-type: none"> – Выбрать маркетинговую стратегию , оценить внешние и внутренние факторы при выборе маркетинговой стратегии – Обосновать выбор стратегии ценообразования – Описать каналы сбыта продукции или услуги – Обосновать передачу некоторых функций в области маркетинга на аутсорсинг или обосновать отсутствие такой необходимости – Разработка анкеты в ходе маркетинговых исследований 	

Характеристика учебной/профессиональной деятельности обучающегося во время учебной/производственной практики (по профилю специальности): Общие и профессиональные компетенции, предусмотренные программой практики, освоены/не освоены.

(нужное подчеркнуть)

Итоговая оценка по практике _____

Руководитель практики _____/Коверина НМ./

Дата « » ____ г.

6. Аттестация по итогам учебной практики

Аттестация по итогам учебной практики служит формой контроля освоения и проверки профессиональных знаний, общих и профессиональных компетенций, приобретенного практического опыта обучающихся в соответствии с требованиями ФГОС СПО.

Формой промежуточной аттестации по итогам учебной практики является дифференцированный зачет. Аттестация проводится в последний день практики.

К аттестации по практике допускаются обучающиеся, выполнившие требования программы учебной практики и предоставившие полный пакет отчетных документов.

Для проведения промежуточной аттестации образовательным учреждением разработаны фонды оценочных средств, включающие в себя контрольно-измерительные материалы, предназначенные для определения соответствия индивидуальных образовательных достижений обучающихся основным показателям результатов обучения. В процессе аттестации проводится экспертиза овладения общими и профессиональными компетенциями.

При выставлении итоговой оценки (зачета) по практике учитываются:

- результаты экспертизы овладения обучающимися общими и профессиональными компетенциями;
- качество и полнота оформления отчетных документов по практике;