

Министерство просвещения Российской Федерации  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный профессионально-педагогический университет»  
Университетский колледж

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ  
ПП.02.01 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПО ПРОФИЛЮ  
СПЕЦИАЛЬНОСТИ)  
ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И  
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Составитель(и): Преподаватель первой А.С. Жаркова  
квалификационной категории

Проректор по А. С. Кривоногова  
образовательной  
деятельности

Екатеринбург  
2024

## **1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

### **1.1. Область применения рабочей программы**

Рабочая программа ПП.02.01 «Производственная практика (по профилю специальности)» является частью основной профессиональной образовательной программы среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

### **1.2. Место практики в структуре основной программы профессионального образования**

Рабочая программа ПП.02.01 «Производственная практика (по профилю специальности)» относится к профессиональной подготовке и входит в состав профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» образовательной программы.

### **1.3. Требования к результатам освоения дисциплины**

Освоение рабочей программы ПП.02.01 «Производственная практика (по профилю специальности)» направлено на формирование 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 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 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;

ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;

ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;

ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.

ПК 2.1. Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.

ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.

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.

В результате освоения практики обучающийся должен:

**иметь практический опыт:**

- оформления финансовых документов и отчетов; проведения денежных расчетов;

- расчета основных налогов; анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;

- 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:**

- составлять финансовые документы и отчеты;

- осуществлять денежные расчеты; пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;

- рассчитывать основные налоги; анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- 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;

**знать:**

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;
- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;
- основные положения налогового законодательства;
- функции и классификацию налогов;
- организацию налоговой службы;
- методику расчета основных видов налогов;
- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды;
- информационное обеспечение, организацию аналитической работы;
- анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;
- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;
- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;
- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;
- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;
- этапы маркетинговых исследований, их результат;
- управление маркетингом.

## 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

### 2.1. Объем практики и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов
<i>1</i>	<i>2</i>
<b>Объем практики (всего)</b>	108
<b>Аудиторная учебная нагрузка обучающегося (всего)</b>	
в том числе:	
теоретические занятия	
практические занятия	108
лабораторные занятия	
консультации	
промежуточная аттестация по практике - дифференцированный	
<b>Самостоятельная работа обучающегося (всего)</b>	

## 2.2. Тематический план и содержание практики ПП.02.01 «Производственная практика (по профилю специальности)»

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические и лабораторные занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов	<p><b>Практическое занятие</b></p> <p>Ознакомление с финансовыми документами и отчетами. Составление перечня финансовых документов. Участие в составлении и оформлении финансовых документов. Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров. Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров. Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров. Оформление товарных отчетов. Участие в инвентаризации и оформлении отчета.</p>	20
Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями	<p><b>Практическое занятие</b></p> <p>Распознавание признаков платежеспособности государственных казначейских билетов. Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками работы на машине пересчета денежных купюр. Овладение навыками проверки подлинности банкнот. Подсчет денежной выручки за день.</p>	4
Тема 3. Расчет основных налогов	<p><b>Практическое занятие</b></p> <p>Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией - базой практики. Расчет основных налогов (примеры расчета).</p>	4
Тема 4. Выявление потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга	<p><b>Практическое занятие</b></p> <p>Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров). Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.</p>	20
Тема 5. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с	<p><b>Практическое занятие</b></p> <p>Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации.</p>	20

<b>конъюнктурой рынка</b>	<p>Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары.          Реализация стратегий ценообразования в организации.          Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала.          Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.</p>	
<b>Тема 6. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникации, проведенных в организации в течение года.</b>	<p><b>Практическое занятие</b></p> <p>Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций и компаний. Участие в организации рекламы в местах продаж. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации. Участие в выставках-продажах или дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения). Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.</p>	20
<b>Тема 7. Анализ маркетинговой среды организации</b>	<p><b>Практическое занятие</b></p> <p>Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и ее конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>	20
<b>Всего</b>		108

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ**

#### **3.1. Требования к материально-техническому обеспечению**

Реализация рабочей программы практики требует наличия учебного кабинета.

Оборудование учебного кабинета:

- рабочее место преподавателя;
- посадочные места по количеству обучающихся;
- доска классная.

Технические средства обучения:

- мультимедийный проектор;
- компьютер с лицензионным программным обеспечением общего назначения;
- экран;
- электронные учебники,
- интерактивная доска,
- оргтехника (принтер, сканер, многофункциональное устройство),
- внешние накопители информации;
- свободный доступ в Интернет во время учебного занятия и в период внеучебной деятельности обучающихся.

#### **3.2. Информационное обеспечение обучения**

**Основная учебная литература:**

1. Дмитриева, И. Е. Финансы, денежное обращение и кредит : учебное пособие для СПО / И. Е. Дмитриева. — Саратов, Москва : Профобразование, Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 190 с. — ISBN 978-5-4488-0850-0, 978-5-4497-0595-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/95600.html>

2. Финансы : учебное пособие / Шевелева О.Б. [и др.]. — Кемерово : КузГТУ имени Т.Ф. Горбачева, 2022. — 105 с. — ISBN 978-5-00137-293-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/257594>

3. Заболотни, Г. И. Налоги и налогообложение : учебное пособие для СПО / Г. И. Заболотни. — Саратов : Профобразование, 2022. — 87 с. — ISBN 978-5-4488-1384-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/116267.html>

4. Михайлюк, О. Н. Налоги и налогообложение : учебное пособие для СПО / О. Н. Михайлюк, О. А. Беликова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 97 с. —



ISBN 978-5-4497-1558-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/118017.html>

5. Кондраткова, В. С. Налоги и налогообложение : учебное пособие для СПО / В. С. Кондраткова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2023. — 83 с. — ISBN 978-5-00175-201-1, 978-5-4488-1609-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/128884.html>

#### **Дополнительная учебная литература:**

1. Налоги и налогообложение : практикум для СПО / Е. И. Комарова, Н. Д. Стеба, Н. В. Пивоварова, Ю. А. Федосеева. — Саратов : Профобразование, 2020. — 129 с. — ISBN 978-5-4488-0615-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/91896.html>

2. Нешиной, А. С. Финансы : учебник / А. С. Нешиной, Я. М. Воскобойников. — 11-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 352 с. — ISBN 978-5-394-03465-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL:<https://e.lanbook.com/book/230009>

3. Базовкина, Е. А. Финансы : учебное пособие / Е. А. Базовкина, С. Н. Золотарёв. — Белгород : БелГАУим.В.Я.Горина, 2020. — 129 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/254900>

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Компетенции	Результаты обучения	Методы оценки
<p>ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам;</p> <p>ОК 02. Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности;</p> <p>ОК 03. Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях;</p> <p>ОК 04. Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде;</p> <p>ОК 05. Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста;</p> <p>ОК 06. Проявлять гражданско-патриотическую позицию, демонстрировать осознанное поведение на основе традиционных общечеловеческих ценностей, в том числе с учетом гармонизации межнациональных и межрелигиозных отношений, применять стандарты антикоррупционного поведения;</p> <p>ОК 07. Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях;</p> <p>ОК 08. Использовать средства физической культуры для сохранения и укрепления здоровья в процессе профессиональной деятельности и поддержания необходимого уровня физической подготовленности;</p> <p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p> <p>ПК 2.1. Использовать данные</p>	<p><b>иметь практический опыт:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– оформления финансовых документов и отчетов; проведения денежных расчетов;</li> <li>– расчета основных налогов; анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;</li> <li>– выявления потребностей (спроса) на товары;</li> <li>– реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;</li> <li>– участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– анализа маркетинговой среды организации;</li> </ul> <p><b>уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– составлять финансовые документы и отчеты;</li> <li>– осуществлять денежные расчеты; пользоваться нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;</li> <li>– рассчитывать основные налоги; анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;</li> <li>– применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;</li> <li>– выявлять, формировать и удовлетворять потребности; обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;</li> <li>– проводить маркетинговые исследования рынка; оценивать конкурентоспособность товаров;</li> </ul>	<p>Отчет по практике</p>

<p>бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации.</p> <p>ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.</p> <p>ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.</p> <p>ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.</p> <p>ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.</p> <p>ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.</p> <p>ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.</p> <p>ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.</p> <p>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.</p>	<p><b>знать:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;</li> <li>– финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;</li> <li>– основные положения налогового законодательства;</li> <li>– функции и классификацию налогов;</li> <li>– организацию налоговой службы;</li> <li>– методику расчета основных видов налогов;</li> <li>– методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды;</li> <li>– информационное обеспечение, организацию аналитической работы;</li> <li>– анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;</li> <li>– составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;</li> <li>– средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;</li> <li>– методы изучения рынка, анализа окружающей среды;</li> <li>– конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;</li> <li>– этапы маркетинговых исследований, их результат;</li> <li>– управление маркетингом.</li> </ul>	
---	--	--