

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРАКТИКИ
ПП.04.01 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА (ПО ПРОФИЛЮ
СПЕЦИАЛЬНОСТИ)
ПМ.04 ВЫПОЛНЕНИЕ РАБОТ ПО ПРОФЕССИИ РАБОЧЕГО (АГЕНТ
КОММЕРЧЕСКИЙ)

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

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

Проректор по
образовательной
деятельности

А. С. Кривоногова

Екатеринбург
2024

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

1.1. Область применения рабочей программы

Рабочая программа ПП.04.01 «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 обучения

Рабочая программа ПП.04.01 «Производственная практика (по профилю специальности)» относится к профессиональной подготовке и входит в состав профессионального модуля «Выполнение работ по профессии рабочего (Агент коммерческий)» образовательной программы.

1.3. Требования к результатам освоения дисциплины

Освоение рабочей программы ПП.04.01 «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 4.1 Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции;

ПК 4.2 На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, размещать товарные запасы на хранение;

ПК 4.3 Принимать товары по количеству и качеству;

ПК4.4 Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли;

ПК 4.5 Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.

В результате освоения практики обучающийся должен:

иметь практический опыт:

– установление деловых контактов и оказания различных коммерческих услуг;

– владеть методами исследования и анализа рекламных рынков;

уметь:

– проводить работу по выявлению и учету потенциальных покупателей (заказчиков) на производимую продукцию, оказываемые услуги;

– анализировать состояние и тенденции изменения спроса населения на производимую продукцию; оказываемые услуги;

– предоставлять краткие сведения о технологии производства товара, оказываемых услугах;

– осуществлять куплю-продажу товаров (услуг) от своего имени и за свой счет, являясь владельцем продаваемого товара в момент заключения сделок;

– оформлять договоры купли-продажи;

– организовывать доставку купленной продукции и оказание услуг;

– устанавливать цены на товары (услуги) и определять условия их сбыта (продажи) и оказания услуг;

– контролировать оплату покупателями (заказчиками) счетов изготовителей продукции или осуществляющих услуги;

– вести учет претензий покупателей (заказчиков) по исполнению договоров купли-продажи

– осуществлять работу по внедрению прогрессивных методов торговли.

– составлять рекламные сообщения;

– выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности;

– организовывать рекламные акции;

знать:

– нормативные правовые акты, положения, инструкции, другие руководящие материалы и нормативные документы, регулирующие организацию сбыта и продажи товаров, оказания услуг;

– основы финансового, хозяйственного, налогового и трудового законодательства;

- прогрессивные формы и методы торговли и сбыта;
- перспективы развития и потребности отрасли, предприятия, учреждения, организации, являющихся потенциальными покупателями (заказчиками) производимой продукции и оказываемых услуг;
- порядок заключения договоров купли-продажи и оформления необходимых документов;
- условия заключения коммерческих сделок и методы доведения товаров (услуг) до потребителей.
- правовое регулирование рекламной деятельности;
- рекламный процесс;
- виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний;
- оценку их эффективности.

2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

2.1. Объем практики и виды учебной работы.

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

2.2. Тематический план и содержание практики ПП.04.01 «Производственная практика (по профилю специальности)».

Наименование разделов и тем	Содержание учебного материала, практические и лабораторные занятия, самостоятельная работа обучающихся	Объем часов
Задание 1.	Практическое занятие	4
	Ознакомление с деятельностью предприятия	
Задание 2.	Практическое занятие	4
	Анализ факторов внешней среды	
Задание 3.	Практическое занятие	20
	Анализ конъюнктуры рынка	
Задание 4.	Практическое занятие	20
	Оценка маркетинговых возможностей фирмы	
Задание 5.	Практическое занятие	20
	Сегментация рынка Анализ ценообразования Анализ системы товародвижения и сервисного обслуживания	
Задание 6.	Практическое занятие	20
	Конкурентный анализ	
Задание 7.	Практическое занятие	20
	Анализ коммуникационной политики	
Всего		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. Иванова, С. Продажи на 100%: эффективные техники продвижения товаров и услуг / С. Иванова ; Барановской ред.. — 13-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 278 с. — ISBN 978-5-9614-6729-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/86905.html>
2. Захарова, Ю. А. Торговый маркетинг: эффективная организация продаж : практическое пособие / Ю. А. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 133 с. — ISBN 978-5-394-03575-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/87620.html>
3. Панова, А. К. Планирование и эффективная организация продаж : практическое пособие / А. К. Панова. — 4-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 190 с. — ISBN 978-5-394-04209-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL:<https://www.iprbookshop.ru/102276.html>

4. Асеев, А. Ключи к партнеру: Искусство и техники продаж / А. Асеев. — Москва : Альпина Бизнес Букс, 2019. — 96 с. — ISBN 978-5-9614-0751-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82902.html>

Дополнительная учебная литература:

1. Дашков, Л. П. Организация и управление коммерческой деятельностью : учебник / Л. П. Дашков, О. В. Памбухчиянц. — Москва : Дашков и К, 2022. — 400 с. — ISBN 978-5-394-04467-0. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/277403>

2. Пахомова, Н. Г. Организация и технология розничной торговли : учебное пособие для СПО / Н. Г. Пахомова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов : Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 63 с. — ISBN 978-5-00175-117-5, 978-5-4488-1517-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121368.html>

3. Грибанова, И. В. Организация и технология торговли : учебное пособие / И. В. Грибанова, Н. В. Смирнова. — 3-е изд. — Минск : Республиканский институт профессионального образования (РИПО), 2019. — 203 с. — ISBN 978-985-503-549-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93405.html>

4. Лукич, Р. Техника продаж крупным клиентам: 111 вопросов и ответов / Р. Лукич, Е. Колотилов. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 272 с. — ISBN 978-5-9614-1965-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/82545.html>

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</p>	<p>иметь практический опыт:</p> <ul style="list-style-type: none"> – установление деловых контактов и оказания различных коммерческих услуг; – владеть методами исследования и анализа рекламных рынков; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – проводить работу по выявлению и учету потенциальных покупателей (заказчиков) на производимую продукцию, оказываемые услуги; – анализировать состояние и тенденции изменения спроса населения на производимую продукцию; оказываемые услуги; – предоставлять краткие сведения о технологии производства товара, оказываемых услугах; – осуществлять куплю-продажу товаров (услуг) от своего имени и за свой счет, являясь владельцем продаваемого товара в момент заключения сделок; – оформлять договоры купли-продажи; – организовывать доставку купленной продукции и оказание услуг; – устанавливать цены на товары (услуги) и определять условия их сбыта (продажи) и оказания услуг; – контролировать оплату покупателями (заказчиками) счетов изготовителей продукции или осуществляющих услуги; – вести учет претензий покупателей (заказчиков) по исполнению договоров купли-продажи – осуществлять работу по внедрению прогрессивных методов торговли. – составлять рекламные сообщения; – выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности; – организовывать рекламные акции; <p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – нормативные правовые акты, 	<p>Отчет по практике</p>

<p>поддержания необходимого уровня физической подготовленности;</p> <p>ОК 09. Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках.</p> <p>ПК 4.1 Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции;</p> <p>ПК 4.2 На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, размещать товарные запасы на хранение;</p> <p>ПК 4.3 Принимать товары по количеству и качеству;</p> <p>ПК4.4 Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли;</p> <p>ПК 4.5 Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения.</p>	<p>положения, инструкции, другие руководящие материалы и нормативные документы, регулирующие организацию сбыта и продажи товаров, оказания услуг;</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы финансового, хозяйственного, налогового и трудового законодательства; – прогрессивные формы и методы торговли и сбыта; – перспективы развития и потребности отрасли, предприятия, учреждения, организации, являющихся потенциальными покупателями (заказчиками) производимой продукции и оказываемых услуг; – порядок заключения договоров купли-продажи и оформления необходимых документов; – условия заключения коммерческих сделок и методы доведения товаров (услуг) до потребителей. – правовое регулирование рекламной деятельности; – рекламный процесс; – виды и формы рекламы, организацию рекламных акций и кампаний; – оценку их эффективности. 	
--	--	--