

КОЛЛЕДЖ ТЕХНОЛОГИИ, МОДЕЛИРОВАНИЯ И УПРАВЛЕНИЯ

(Наименование колледжа)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор,
проректор по учебной работе

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа практики

Учебный план: № 25-02-1-7

Код, наименование
специальности, 38.02.08 Торговое дело, Коммерция и осуществление выставочной
направленность: деятельности
Квалификация
выпускника: Специалист торгового дела
Уровень
образования: Среднее профессиональное образование
Форма обучения: очная

План учебного процесса

индекс	Наименование практики	Номер семестра	Кол-во недель	Трудоемкость, ч	Форма промежуточной аттестации
ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности (по выбору)					
ПП.02.01	Производственная практика, Исследования рынка	3	3	108	Зачет с оценкой

Санкт-Петербург
2025

Программа практики составлена в соответствии
с федеральным государственным образовательным стандартом среднего
профессионального образования по специальности
38.02.08 Торговое дело, утвержденным приказом Минпросвещения России
от **19.07.2023 N 548 (ред. от 03.07.2024)**

Составитель(и): Трофимова Л.В.
(Ф.И.О.)

Председатель цикловой
комиссии: Трофимова Л.В.
(Ф.И.О.)

СОГЛАСОВАНИЕ:

Директор колледжа Леонов С.А.
(Ф.И.О.)

Методический отдел: Ястребова С.А.
(Ф.И.О. сотрудника отдела)

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

1.1. Место практики в структуре основной образовательной программы

Производственная практика, Исследования рынка практика входит в профессиональный цикл основной образовательной программы (ОП) при освоении основного вида (вида) деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли (по выбору)».

1.2. Цели и планируемые результаты

В ходе прохождения практики обучающийся должен освоить следующие компетенции.

1.2.1. Перечень компетенций

Код компетенций	Наименование результата обучения
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

1.2.2. Результаты прохождения практики

Иметь практический опыт	подготовки и согласования плана проведения маркетингового исследования; разработки стратегий продвижения товаров; использования ИИ для исследования цен на товары; составления заключения о конкурентоспособности товара на внутреннем и внешнем рынках; использования информации специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана; определения мероприятий для повышения эффективности предпринимательской деятельности; составления плана мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; проведения SWOT анализа, анализа конкурентов, ABC анализа
Уметь	применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; анализировать стратегии продвижения товаров; обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных предприятия; оценивать показатели конкурентоспособности товара на внутреннем и внешнем рынках; применять инструменты бизнес-планирования; анализировать результаты предпринимательской деятельности; определять меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции; составлять формы сбора информации и план маркетингового исследования
Знать	основные характеристики рынка; этапы маркетинговых исследований, порядок составления плана маркетинговых исследований; стратегии продвижения товаров; порядок мониторинга и прогнозирования цен;

	показатели конкурентоспособности товара на внутреннем и внешнем рынках; основные этапы составления финансового плана компании; методы сбора информации для расчета экономических показателей предпринимательской деятельности; виды мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности; методы сбора информации о потенциальных возможностях и угроза для бизнеса
--	--

2. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

№ п/п	Виды работ	Объем часов
1.	Изучение и анализ рынка, выявление проблем и формулирования целей маркетингового исследования	12
2.	Составление программы маркетингового исследования исходя из поставленных целей и задач, бизнес-проблем	12
3.	Разработка и согласование плана проведения маркетингового исследования	6
4.	Проведения маркетингового исследования в установленные сроки, том числе использованием цифровых технологий: -уровня удовлетворенности и лояльности потребителей, сегментация потребителей и выбор целевого сегмента; -исследование цены (чувствительности к цене, эластичности спроса по цене); -исследования стратегий продвижения товаров	18
5.	Проведение исследования по оценке свойств товара	12
6.	Проведение исследования по анализу конкурентов. Анализ конкурентов по Портеру	12
7.	Оформление результатов маркетингового исследования	6
8.	SWOT-анализ. ABC анализ	6
9.	Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках	6
10.	Разработка мероприятий по повышению эффективности предпринимательской деятельности: стратегии продвижения товара, финансовая модель бизнес-плана	12
11.	Оформление отчета	4
Зачет с оценкой		2
Всего:		108

3. УСЛОВИЯ ПРОХОЖДЕНИЯ

3.1. Материально-техническое обеспечение

Кабинет «Экономики и менеджмента», оснащенный оборудованием:
 стол и стул преподавателя,
 столы и стулья ученические (по кол-ву студентов в группе),
 техническими средствами обучения:
 компьютер с лицензионным программным обеспечением Microsoft Windows10 Pro;
 Office Standard 2016;
 мультимедийный проектор, экран.
 Оснащенные базы практики ООО «ФНО «Меркурий», АО «БГД»

3.2. Информационное обеспечение реализации

3.2.1 Учебная литература

а) основная

1. Кисова, А. Е. Основы предпринимательской деятельности: учебное пособие для СПО / А. Е. Кисова, К. В. Барсукова. — 2-е изд. — Липецк, Саратов: Липецкий государственный технический университет, Профобразование, 2022. — 104 с. — ISBN 978-5-00175-120-5, 978-5-4488-1519-5. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121370.html> — Режим доступа: для авторизир. пользователей.
2. Кузьмина, Е. Е. Предпринимательская деятельность: учебник для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 469 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16460-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/562636>

б) дополнительная

1. Боброва, О. С. Организация коммерческой деятельности: учебник и практикум для среднего профессионального образования / О. С. Боброва, С. И. Цыбуков, И. А. Бобров. — 3-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 369 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-19166-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561481>
2. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 286 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-21300-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569589>
3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 N 146-ФЗ (в действующей редакции)
4. "Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая)" от 05.08.2000 N 117-ФЗ (в действующей редакции)
5. Федеральный закон от 18.07.2011 N 223-ФЗ (в действующей редакции) "О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц"
6. Федеральный закон от 26.07.2006 N 135-ФЗ (в действующей редакции) "О защите конкуренции"
7. Федеральный закон от 28.12.2009 N 381-ФЗ (в действующей редакции) "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"
8. "ГОСТ Р 51303–2013. Национальный стандарт Российской Федерации. Торговля. Термины и определения" (утв. Приказом Росстандарта от 28.08.2013 N 582-ст) (в действующей редакции)

3.2.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, в т. ч. электронные образовательные ресурсы

1. Справочно-правовая система «Консультант+» - URL: <http://www.consultant.ru/>
2. Справочно-правовая система «Гарант» - URL <https://www.garant.ru/>

4. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ПРОХОЖДЕНИЯ

Шкала оценивания	Критерии оценивания	Наименование оценочных средств ПА
Отлично	Содержание отчета полное, не содержит ошибок. Оформление отчета соответствует требованиям образовательной. организации. Соблюден график посещения практики. Не имеются замечания со стороны руководителя практики от предприятия. При защите отчета ответы на вопросы демонстрируют полученный практический опыт	Отчет по практике
Хорошо	Содержание отчета полное, но содержит незначительные ошибки. Оформление отчета соответствует требованиям образовательной. организации.	

	Соблюден график посещения практики. Не имеются замечания со стороны руководителя практики от предприятия. При защите отчета ответы на вопросы демонстрируют полученный практический опыт	
Удовлетворительно	Содержание отчета неполное, имеются ошибки. Оформление отчета соответствует требованиям образовательной. организации. Не соблюден график посещения практики. Имеются замечания со стороны руководителя практики от предприятия. При защите отчета ответы на вопросы не систематизированы	
Неудовлетворительно	Грубые ошибки при оформлении отчета. Отчет не предоставлен. Оформление отчета не соответствует требованиям образовательной. организации. Не соблюден график посещения практики. Имеются замечания со стороны руководителя практики от предприятия	