Изображение выглядит как текст, письмо, рукописный текст, Шрифт

Содержимое, созданное искусственным интеллектом, может быть неверным.**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |
| --- | --- |
| ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 3 |
| СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ  УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 8  27 |
| КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ | 30 |

**1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**

**ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ТОРГОВЛИ.**

Рабочая программа ПП ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли Государственного автономного профессионального образовательного учреждения Свердловской области «Красноуфимский аграрный колледж» разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 548 от 19 июля 2023 года. **38.02.08 «Торговое дело».** Нормативный срок освоения ОПОП при очной форме получения образования на базе основного общего образования 2 года 10 месяцев.

**1.1. Цель и планируемые результаты освоения профессионального модуля**

В результате изучения профессионального модуля обучающихся должен освоить основной вид деятельности «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» и соответствующие ему общие компетенции и профессиональные компетенции:

1.1.1 Перечень общих компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование общих 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 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 |

1.1.2. Перечень профессиональных компетенций

|  |  |
| --- | --- |
| Код | Наименование видов деятельности и профессиональных компетенций |
| **ВД 2**  **(н.4-5)** | Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли |
| **ПК 2.1.**  **(н.4-5)** | Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга |
| **ПК 2.2.**  **(н.4-5)** | Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации |
| **ПК 2.3.**  **(н.4-5)** | Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий |
| **ПК 2.4.**  **(н.4-5)** | Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках |
| **ПК 2.5.**  **(н.4-5)** | Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов |
| **ПК 2.6.**  **(н.4-5)** | Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов |
| **ПК 2.7.**  **(н.4-5)** | Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности |
| **ПК 2.8.**  **(н.4-5)** | Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы |

1.1.3. В результате освоения профессионального модуля обучающийся должен:

|  |  |
| --- | --- |
| Владеть навыками | * 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. |
| Уметь | * применять методы сбора, средства хранения и обработки маркетинговой информации для проведения маркетингового исследования; * определять подходящие маркетинговые инструменты и применять их для проведения маркетингового исследования; * составлять комплексный план проведения маркетингового исследования; * анализировать текущую рыночную конъюнктуру; * составлять точное техническое задание для выполнения маркетингового исследования; * проводить маркетинговые исследования разных типов и видов с использованием инструментов комплекса маркетинга; * обеспечивать продвижение товаров (услуг) на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций; * использовать методы прогнозирования сбыта продукции и рынков; * обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; работать с информационной базой данных; * анализировать текущую рыночную конъюнктуру; * применять нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; * развивать идеи до бизнес-предложений; * оценивать инновационность подхода в бизнесе и потенциал на рынке; * оценивать риски, связанные с бизнесом; * анализировать бизнес-концепции; * предлагать идеи для дальнейшего развития; * применять методы принятия оптимальных решений; * находить аргументы в пользу идей; * принимать в расчет экологический и социальный аспекты во время планирования и внедрения бизнес-модели; * обосновывать и оценивать цели и ценности; * представлять идеи, дизайн, видения и решения; * применять при разработке бизнес-плана специализированные программные продукты; * использовать для решения коммуникативных задач, связанных с разработкой бизнес-плана, современные технические средства и информационные технологии; * создавать деловые электронные презентации * собирать и анализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность организации; * использовать методы экономического анализа; * анализировать предпринимательскую деятельность с применением программных продуктов; * оформлять результаты бизнес-анализа в соответствии с выбранными подходами; * разрабатывать меры по обеспечению режима экономии, повышению рентабельности производства, конкурентоспособности выпускаемой продукции, производительности труда; * оптимально использовать материальные, трудовые и финансовые ресурсы организации; * предлагать организационно-управленческие решения, которые могут привести к повышению экономической эффективности деятельности организации; * собирать информацию о бизнес-проблемах; * анализировать финансовую отчетность на предмет рисков использования отчетов в анализе рисков. |
| Знать | * составных элементов маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты; * методы изучения рынка, анализа окружающей среды; * порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; * этапы маркетинговых исследований, их результат; * методы проведения маркетингового исследования; * психологические особенности поведения людей разных возрастов в различных жизненных ситуациях; * средства удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров и услуг, маркетинговых коммуникаций и их характеристики; * порядок составления итоговых документов в сфере прогнозирования и экспертизы цен; * виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности; * методы оценки конкурентной среды; * нормы российского законодательства в области регулирования предпринимательской деятельности; * роль и значение бизнес-плана; * основные функции бизнес-плана; * классификацию основных типов бизнес-планов; * методологию и процессы развития бизнес-идеи; * порядок разработки бизнес-планов в соответствии с отраслевой направленностью; * принципы и методы управления информационными данными с использованием информационных интеллектуальных технологий; * методы экономического анализа и учета показателей деятельности организации и ее подразделений; * методы сбора и обработки экономической информации, а также осуществления технико-экономических расчетов и анализа хозяйственной деятельности организации, с использованием программных продуктов; * методы, способы и приемы для решения задач по анализу; * типы факторных моделей; * схемы формирования и анализа основных групп показателей в системе комплексного экономического анализа; * методику анализа эффективности использования производственных ресурсов * методические материалы по планированию, учету и анализу деятельности организации; * спектр специализированных программных продуктов; * интерфейс автоматизированных систем сбора и обработки экономической информации; * инновационные средства и устройства информатизации, программное обеспечение в предпринимательской деятельности и порядок их применения; * риски: понятия и видов; * методы оценки риска, связанных с бизнесом; * меры снижения риска, связанных с бизнесом; * методы оценки выполнимости бизнес-идеи; * основные способы анализа и оценки рисков; * состав моделей оценки риска; * способы оценки риска ликвидности. |

**1.2. Количество часов, отводимое на освоение профессионального модуля**

**Всего часов – 414**

в том числе в форме практической подготовки – **144** часов

Из них на освоение МДК – **270** часов

в том числе самостоятельная работа\_**6** часов

Практики, в том числе учебная **108** часов

Производственная – **36** часов

**Промежуточная аттестация**

**2. Структура и содержание профессионального модуля**

**2.1. Структура профессионального модуля**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Коды профессиональных общих компетенций | Наименования разделов профессионального модуля | Всего, час. | В т.ч. в форме практической. Подготовки | Объем профессионального модуля, ак. час. | | | | | | | |
| Обучение по МДК | | | | | Практики | | |
| Всего | В том числе | | | |
| Лабораторных. и практических. Занятий | Курсовых работ (проектов) | Самостоятельная работа | Промежуточная аттестация | Учебная | | Производственная |
| ***1*** | ***2*** | ***3*** | ***4*** | ***5*** | ***6*** | ***7*** | ***8*** | ***9*** | ***10*** | | ***11*** |
| ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.4, ПК 2.5  ОК 01, ОК 02,  ОК 04, ОК 05,  ОК 09 | Раздел 1. Технология проведения маркетинговых исследований | **66** |  | **66** | 42 | Х | 2 | Х |  | | **24** |
| ПК 2.3, ПК 2.4, ПК 2.5  ОК 01, ОК 02,  ОК 03, ОК 04,  ОК 05, ОК 07,  ОК 09 | Раздел 2. Ценообразование в торговой деятельности. | **124** |  | **124** | 62 | 20 | 2 |  | | **12** |
| ПК 2.5, ПК 2.6, ПК 2.7, ПК 2.8,  ОК 01, ОК 02,  ОК 03, ОК 04,  ОК 05, ОК 07,  ОК 09 | Раздел 3. Бизнес-планирование и финансовое моделирование предпринимательской единицы. | **80** |  | **80** | 26 | Х | 2 |  |  | |  |
|  | Раздел 4.Учебная практика | **108** | 108 | **108** |  |  |  |  | **36** | |  |
|  | Раздел 5.Производственная практика | **36** | 36 | **36** |  |  |  |  |  | | **36** |
|  | ***Всего:*** | ***414*** | ***144*** | ***414*** | ***130*** | ***20*** | ***6*** |  | | ***36*** | ***36*** |

**2.2. Тематический план и содержание**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ПП.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности** |  |  |
| **1.** Исследование рынка, проведение статистических исследований по ценовым показателям | **6** | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3  ПК 2.4, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **2.** Сбор, мониторинг и систематизация ценовых показателей товаров, пользующихся наибольшим спросом в торговой организации, по данным которой проводится маркетинговое исследование. | **6** | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3  ПК 2.4, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **3.** Применение сквозных цифровых технологий при проведении работ по анализу ценовых показателей товаров (перечень товаров подбирает обучающийся по согласованию с руководителем учебной практики). | **6** | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3  ПК 2.4, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **4.** Анализ ценовой политики и ценовой стратегии исследуемой торговой организации. | **6** | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3  ПК 2.4, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **5.** Установление ценовых конкурентных преимуществ товара на внутреннем и внешних рынках. | **6** | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3  ПК 2.4, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **6.** **Дифзачёт.** Оформление и презентация результатов анализа ценовой политики и ценовой стратегии торгового предприятия. | **6** | ПК 2.1, ПК 2.2, ПК 2.3  ПК 2.4, ПК 2.7, ПК 2.8 |
| **Всего часов** | **36** |  |

**3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

3.1. Для реализации программы профессионального модуля должны быть предусмотрены следующие специальные помещения:

Кабинет 302

3.2. Информационное обеспечение реализации программы

Для реализации программы библиотечный фонд образовательной организации должен иметь печатные и/или электронные образовательные и информационные ресурсы   
для использования в образовательном процессе. При формировании библиотечного фонда образовательной организации выбирается не менее одного издания из перечисленных ниже печатных изданий и (или) электронных изданий в качестве основного, при этом список может быть дополнен новыми изданиями.

3.2.1. Основные печатные и электронные издания

Бизнес-планирование: учебник / под ред. Т.Г. Попадюк, В.Я. Горфинкеля. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2021. — 296 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0617-4. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1247086 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

Васильев, Г. А. Маркетинг розничного торгового предприятия: учебное пособие / Г. А. Васильев, А. А. Романов, В. А. Поляков. - Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2022. - 159 с. - (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0628-0. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/967468 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

Иванов, Г. Г. Экономика торговой организации: учебник / Г.Г. Иванов. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 182 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-016902-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1343176 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

Информационные технологии в маркетинге : учебник и практикум для среднего профессионального образования / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 367 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9115-4. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/491722>

Интернет-маркетинг: учебник для среднего профессионального образования / О. Н. Жильцова [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт. — 301 с. — (Профессиональное образование).

Карасев, А. П.  Маркетинговые исследования: учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 315 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-05957-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/489822>

Липсиц, И. В.  Цены и ценообразование: учебное пособие для среднего профессионального образования / И. В. Липсиц. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 160 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9794-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488890>

Маховикова, Г. А.  Цены и ценообразование в коммерции: учебник для среднего профессионального образования / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва: Издательство Юрайт, 2021. — 231 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03696-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/477854>

Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 288 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-012223-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1832175 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

Романова, М. В. Бизнес-планирование: учебное пособие / М.В. Романова. — Москва: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2021. — 240 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-8199-0756-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1446152 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

Саталкина, Н. И. Экономика торговли: учебное пособие / Н. И. Саталкина, Б. И. Герасимов. Г. И. Терехова. — Москва: ФОРУМ, 2021. — 232 с. — (Профессиональное образование). - ISBN 978-5-91134-485-6. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1287439 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

Цены и ценообразование: учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 437 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-04773-8. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/490187>

PR в сфере коммерции: учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. И. М. Синяевой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 298 с. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-9558-0614-3. - Текст: электронный. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1018359 (дата обращения: 18.06.2022). – Режим доступа: по подписке.

3.2.2. Дополнительные источники

Справочно-правовая система «Консультант+» - URL: <http://www.consultant.ru/>

Справочно-правовая система «Гарант» - - URL <https://www.garant.ru/>

Новая Цифровая платформа поддержки бизнеса: <https://www.smbn.ru/>

Фонд поддержки малого предпринимательства: <https://biznesprost.com/interesno/fond-podderzhki-malogo-predprinimatelstva.html>

10 лучших бизнес-инкубаторов России: <https://viafuture.ru/privlechenie-investitsij/biznes-inkubatory-v-rossii>

**4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Код и наименование профессиональных и общих компетенций, формируемых в рамках модуля | Критерии оценки | Методы оценки |
| ПК 2.1. Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга | Составляет план проведения маркетингового исследования  Устанавливает сроки и требования к проведению маркетингового исследования  Определяет маркетинговые инструменты, с помощью которых будут получены комплексные результаты исследования  Осуществляет поиск первичной и вторичной маркетинговой информации | Устный/письменный опрос.  Тестирование.  Проверка правильности выполнения расчетных показателей. Сравнение результатов выполнения задания с эталоном.  Экспертная оценка результатов выполнения практических кейс-заданий.  Экспертная оценка контрольных / проверочных работ.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении индивидуальных домашних заданий, работ по учебной практике.  Экспертная оценка использования обучающимся методов и приёмов личной организации при участии в профессиональных олимпиадах, конкурсах, выставках, научно- практических конференциях.  Экспертная оценка создания и представления презентаций.  Экспертная оценка соблюдения правил оформления документов и построения устных сообщений на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.  Экспертная оценка коммуникативной деятельности обучающегося в процессе освоения образовательной программы на практических занятиях, при выполнении работ по учебной практике.  Экспертная оценка умения вступать в коммуникативные отношения в сфере профессиональной деятельности и поддерживать ситуационное взаимодействие, принимая во внимание особенности социального и культурного контекста, в устной и письменной форме, проявление толерантности в коллективе.  Экспертная оценка результатов деятельности обучающихся в процессе освоения образовательной программы:  – на практических занятиях;  – при выполнении работ на различных этапах учебной практики;  – при проведении экзаменов по профессиональному модулю, в т.ч. в форме демонстрационного экзамена/профессионального экзамена по оценочным средствам профессионального сообщества. |
| ПК. 2.2. Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации | Устанавливает конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках  Рассчитывает показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов  Разрабатывает предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации  Использует программные продукты в системе продвижения товаров (услуг) организации |
| ПК 2.3. Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий | Проводит сбор, мониторинг и систематизирует ценовые показатели товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий |
| ПК. 2.4. Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках | Обосновывает конкурентные преимущества товара на внешнем и внутренних рынках |
| ПК 2.5. Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов | Соблюдает правила и принципы разработки бизнес-плана (полнота и точность составления разделов бизнес-плана)  Использует информационные технологий в процессе составления бизнес-плана  Использует информацию специализированных сайтов для организации работы по составлению бизнес-плана. |
| ПК 2.6. Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов | Рассчитывает и обосновывает результаты анализа финансовых результатов деятельности организации  Применяет различные платформы в системе продвижения товаров (услуг) организации |
| ПК. 2.7. Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности | Обосновывает разработанные мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности |
| ПК. 2.8. Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы | Составляет план сбора информации о бизнес-проблемах и определение рисков предпринимательской единицы  Выявляет проблемы и риски предпринимательской деятельности |
| ОК 01. Выбирать способы решения задач профессиональной деятельности применительно к различным контекстам | Распознает, анализирует задачу и/или проблему в профессиональном и/или социальном контексте;  Выделяет составные части и определяет этапы решения задачи;  Выявляет и эффективно осуществляет поиск информации, необходимой для решения задачи и/или проблемы;  Составляет план действия и определяет необходимые ресурсы;  Демонстрирует владение актуальными методами работы в профессиональной и смежных сферах;  Реализует составленный план и оценивает результат и последствия своих действий (самостоятельно или с помощью наставника). |
| ОК 02 Использовать современные средства поиска, анализа и интерпретации информации, и информационные технологии для выполнения задач профессиональной деятельности | определяет задачи для поиска информации и их необходимые источники и планирует процесс поиска;  структурирует и выделяет наиболее значимое в полученной информации;  оценивает практическую значимость результатов поиска и оформляет его результаты;  применяет средства информационных технологий, использует современное программное обеспечение и различные цифровые средства для решения профессиональных задач. |
| ОК 03 Планировать и реализовывать собственное профессиональное и личностное развитие, предпринимательскую деятельность в профессиональной сфере, использовать знания по финансовой грамотности в различных жизненных ситуациях | определяет актуальность нормативно-правовой документации в профессиональной деятельности;  применяет современную научную профессиональную терминологию;  определяет и выстраивает траектории профессионального развития и самообразования |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать и работать в коллективе и команде | эффективно взаимодействует с преподавателями, обучающимися в ходе профессиональной деятельности. |
| ОК 05 Осуществлять устную и письменную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации с учетом особенностей социального и культурного контекста | грамотно излагает свои мысли и оформляет документы по профессиональной тематике на государственном языке, проявляя толерантность в рабочем коллективе |
| ОК 07 Содействовать сохранению окружающей среды, ресурсосбережению, применять знания об изменении климата, принципы бережливого производства, эффективно действовать в чрезвычайных ситуациях | выполняет работы с соблюдением принципов бережливого производства и ресурсосбережения |
| ОК 09 Пользоваться профессиональной документацией на государственном и иностранном языках | понимает общий смысл четко произнесенных высказываний и текстов на профессиональные темы;  участвует в диалогах на знакомые общие и профессиональные темы;  строит простые высказывания о себе и о своей профессиональной деятельности;  пишет простые связные сообщения на интересующие профессиональные темы. |