

Аннотация к программе учебной практики  
по специальности 38.02.05. Товароведение и экспертиза качества потребительских  
товаров (базовая подготовка)

Программа учебной практики разработана на основе федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.05. Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 июля 2014 г. № 835. (Зарегистрировано в Минюсте РФ 25 августа 2014 г. № 33769).

Программа учебной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена по специальности 38.02.05. Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров.

Учебная практика направлена на формирование у обучающихся умений, приобретение первоначального практического опыта и освоение отдельных видов деятельности.

***В результате освоения ВД 5. Организация предпринимательского дела обучающийся должен:***

**иметь первоначальный практический опыт:**

Изучения и анализа рынка товаров и услуг в профессиональной деятельности. Определения целевого потребителя для товара или услуги в профессиональной деятельности. Изучения и анализа рекламы в существующих бизнес-практиках. Организации и проведения анкетных опросов клиентов, специалистов с целью выявления востребованности бизнес-идеи. Составления перечня внешних опасностей и угроз предприятия. Проведения исследования на определения целесообразности изменений (нововведений) – организация и проведение опросов специалистов. Изучения юридического оформления существующего бизнеса с учетом формы предпринимательства. Демонстрации приемов обслуживания и стимулирования покупательной способности клиентов

**уметь:**

анализировать бизнес практики по различным направлениям предпринимательской деятельности; генерировать собственную бизнес- идею; применять рыночную терминологию; определять последовательность этапов государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей; выделять нормативные акты, регулирующие предпринимательскую деятельность; осуществлять поиск информации о маркетинговых исследованиях рынка; определять последовательность этапов реализации бизнес-идей в предпринимательстве.