

Министерство образования и науки Челябинской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение  
«Южно-Уральский государственный колледж»

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора

по производственному обучению

\_\_\_\_\_/И.В. Милюков/

«27» июня 2022 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

### **ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Челябинск, 2022

Рабочая программа производственной практики разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта по специальности среднего профессионального образования, 38.02.04 Коммерция (по отраслям), положения о практике обучающихся, осваивающих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2013 г. N 291

**Организация–разработчик:**

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение «Южно-Уральский государственный колледж»

**Разработчики:**

Редреева М.А, преподаватель

РАССМОТРЕНА И РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ

на заседании предметно-цикловой комиссии

(Протокол № \_\_7\_\_ от «25» \_\_06\_\_ 2022 г.)

Председатель комиссии \_\_\_\_\_ /М.А. Редреева/

## Содержание

Паспорт программы производственной практики.....	4
Результаты освоения программы производственной практики.....	6
Тематический план и содержание производственной практики.....	8
Условия реализации программы производственной практики.....	10
Контроль и оценка результатов освоения производственной практики.....	13
Приложения.....	15

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

## Область применения программы:

Рабочая программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** в части освоения квалификации менеджер по продажам и основных видов профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** и соответствующих профессиональных компетенций.

## Цели и задачи производственной практики:

закрепление и совершенствование приобретенных в процессе обучения профессиональных умений обучающихся по изучаемому профессиональному модулю, развитие общих и профессиональных компетенций, освоение современных производственных процессов, адаптация обучающихся к конкретным условиям деятельности организаций различных организационно-правовых форм.

## Требования к результатам освоения производственной практики

В результате прохождения производственной практики по видам профессиональной деятельности обучающийся должен иметь практический опыт:

ВПД	Показатели, характеризующие наличие практического опыта
Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности	<ul style="list-style-type: none"><li>– способность осуществлять проверку правильности составления организационно-распорядительной, товаросопроводительной и иной документации с использованием автоматизированных систем;</li><li>– способность проводить контроль результатов и планирование коммерческой деятельности;</li><li>– способность анализировать показатели финансово-хозяйственной деятельности</li></ul>

	<p>торговой организации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– способность выявлять, формировать и удовлетворять потребности потребительского спроса;</li> <li>– способность определять емкость рынка и рыночной доли;</li> <li>– способность анализировать маркетинговые факторы, влияющие на деятельность предприятия;</li> <li>– способность анализировать маркетинговую среду организации;</li> <li>– способность изучать спрос на товары;</li> <li>– способность реализовывать маркетинговые мероприятия в соответствии с конъюнктурой рынка;</li> <li>– способность участвовать в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникациях;</li> <li>– способность обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение на рынке с использованием коммуникационных технологий;</li> <li>– способность оценивать конкурентоспособность товаров;</li> <li>– способность проводить маркетинговые исследования рынка.</li> </ul>
--	---

Количество часов на освоение рабочей программы производственной практики в рамках освоения профессионального модуля 72 часа.

## **2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

Результатом освоения рабочей программы производственной практики является сформированность у обучающихся общих и профессиональных компетенций в рамках модулей ППССЗ СПО по основным видам профессиональной деятельности (ВПД): Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности и соответствующих профессиональных компетенций

Код	Наименование результата обучения
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.
ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Наименование тем	Виды работ	Объем часов
Тема 1. Общая характеристика предприятия (организации)	Определение области деятельности	6
	Определение общих целей и задач	
	Описание корпоративной культуры	
Тема 2. Организация службы маркетинга на предприятии	Определение типа и построение организационной структуры службы маркетинга	6
	Определение целей и задач службы маркетинга	6
	Определение функций маркетинга	
Тема 3. Описание рынка	Определение группы потенциальных потребителей, заинтересованных в предлагаемых товарах (услугах) Изучение процесса формирования потребностей потребительского спроса	6
	Проведение оценки конкурентоспособности товаров	6
	Проведение маркетингового исследования рынка	
Тема 4. Описание и характеристика потребителей	<u>Розничный потребитель</u> Построение социального портрета потребителя (возраст, уровень доходов, образование, вид деятельности, семейное положение)	6
	Изучение мотивации при приобретении соответствующего товара/услуги (обеспечение физиологических потребностей, обеспечение собственной безопасности или близких, самоутверждение, уважение со стороны окружающих, принадлежность к определенной социальной группе)	
	<u>Оптовый потребитель</u> Описание соответствующих групп оптовых потребителей (производства, магазины, посреднические фирмы, зарубежные компании)	6
	Изучение основных принципов и организации работы с ними (система расчетов, поставок, наиболее популярные модели, марки товаров, степень удовлетворенности ассортиментом, качеством)	

Тема 5. Методы продвижения товаров/услуг	Изучение рекламы	6
	Изучение мероприятий стимулирования сбыта	6
	Проведение анализа системы личных продаж	
	Изучение PR-мероприятий	6
	Проведение анализа участия в выставках	
Тема 6. Проверка правильности составления документации организационно-распорядительной, товарно-сопроводительной с использованием автоматизированных систем	Изучение и составление организационно-распорядительной и товарно-сопроводительной документации с использованием автоматизированных систем	6
Тема 7. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации	Проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности торговой организации	6
	Всего часов	72

## **4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ**

### **4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению**

Реализация рабочей программы производственной практики предполагает наличие прямых договоров с предприятиями / организациями, которые заключаются на долгосрочной основе либо индивидуально на каждого обучающегося на конкретный период времени прохождения производственной практики.

Оснащение:

- Бухгалтерская отчетность организации;
- Устав организации;
- Потребительский портфель;
- Организационно-распорядительная и товарно-сопроводительная документация;
- Отчетная документация по мероприятиям продвижения продукции.

### **4.2. Общие требования к организации производственной практики**

Производственная практика проводится концентрировано по окончании теоретического обучения и прохождения учебной практики в рамках профессионального модуля.

В обязанности руководителя производственной практики от колледжа входит:

- обеспечение проведения всех организационных мероприятий, перед выходом обучающегося на практику, в том числе подготовку и проведение организационного собрания, инструктаж по технике безопасности;
- осуществление контроля за обеспечением в подразделениях нормативных условий труда и отдыха обучающегося, ответственность за соблюдение правил техники безопасности;
- принятие участия в работе комиссии по приему зачета по практике, оценивание результатов выполнения обучающегося программы практики;

- разработка тематики индивидуальных заданий;
- обеспечение высокого качества прохождения практики обучающегося и строгого соответствия ее учебным планам и программам;
- принятие участия в распределении обучающихся по рабочим местам или перемещении их по видам работ;
- оказание методической помощи обучающегося при выполнении индивидуальных заданий, утверждение индивидуальных планов работы;
- осуществление постоянного контроля за посещаемостью обучающегося производственной практики, правильность и систематичность заполнения обучающегося отчетов по производственной практике, дневников и выполнения индивидуальных заданий.

Обучающийся при прохождении практики обязан:

- руководствоваться программой практики, полностью и своевременно выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- в полном объеме выполнять задания и рекомендации руководителя практики;
- строго выполнять действующие в подразделениях правила внутреннего трудового распорядка;
- изучать и строго соблюдать правила охраны труда и техники безопасности в подразделении;
- нести ответственность за выполняемую работу и ее результаты наравне со штатными работниками, а также материальную ответственность за сохранность приборов и оборудования:
  - поддерживать имидж предприятия;
  - сохранять коммерческую тайну предприятия;
  - собрать и обобщить материалы, необходимые для написания отчета;
- ежедневно вести дневник практики (для производственной практики), и фиксировать в нем все виды работ, выполняемые в течение рабочего дня;
- регулярно (не реже раза в две недели) информировать руководителя практики от учебного заведения о проделанной работе;

- своевременно предоставить на проверку отчет о практике вместе с дневником и отзывом руководителя практики от предприятия и защитить отчет в установленные сроки.

С момента зачисления обучающихся на работу на них распространяются правила охраны труда и правила внутреннего распорядка, действующие в организации.

Продолжительность рабочего дня при прохождении производственной практики обучающимися:

- в возрасте от 16 до 18 лет – не более 36 часов в неделю (ст. 43 КЗОТ РФ);
- в возрасте от 18 и старше – не более 40 часов в неделю (ст. 42 КЗОТ РФ);

В период производственной практики обучающиеся наряду со сбором материалов для отчета и выполнения индивидуального задания должны по возможности участвовать в решении текущих производственных задач организации – базы практики.

Руководитель практики со стороны принимающей организации:

- осуществляет повседневное руководство и контроль за ее ходом, предусматривающий выполнение всей программы в условиях работы данного предприятия;
- знакомит обучающего с правилами внутреннего распорядка, действующего в организации, его должностными обязанностями;
- дает оценку деятельности обучающегося в период производственной практики (заполняет аттестационный лист), дает оценку сформированности общих компетенций обучающегося, готовит отзыв по окончании практики.

#### **4.3. Кадровое обеспечение образовательного процесса**

Мастер производственного обучения и/или преподаватели, осуществляющие руководство производственной практикой обучающихся, должны иметь квалификационный разряд по специальности на 1-2 разряда выше, чем предусматривает ФГОС, высшее или среднее профессиональное образование по профилю профессии, проходить обязательную стажировку в профильных организациях не реже 1-го раза в 3 года.

## 5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Контроль и оценка результатов прохождения производственной практики осуществляется руководителем практики в форме дифференцированного зачета. В результате прохождения производственной практики в рамках профессионального модуля обучающиеся проходят промежуточную аттестацию в форме итогового (квалификационного) экзамена по профессиональному модулю.

<b>Результаты обучения (полученный профессиональный опыт в рамках ВПД)</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки результатов обучения</b>
Осуществлять проверку правильности составления организационно-распорядительной, товаросопроводительной и иной документации с использованием автоматизированных систем	<ul style="list-style-type: none"> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по проверки правильности составления организационно-распорядительной, товаросопроводительной и иной документации;</li> <li>– экспертная оценка руководителем практики от предприятия уровня владения автоматизированными системами</li> </ul>
Проводить контроль результатов и планирование коммерческой деятельности	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по осуществлению контроля результатов и планирования коммерческой деятельности
Анализировать показатели финансово-хозяйственной деятельности торговой организации	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по анализу показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации
Выявлять, формировать и удовлетворять потребности потребительского спроса	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по изучению потребностей потребительского спроса
Определять емкость рынка и рыночной доли	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по определению емкости рынка и рыночной доли
Анализировать маркетинговые факторы, влияющие на деятельность предприятия	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по выявлению и анализу маркетинговых факторов, влияющих на деятельность предприятия

Анализировать маркетинговую среду организации	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по анализу маркетинговой среды организации
Изучать спрос на товары	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по измерению спроса на товары
Реализовывать маркетинговые мероприятия в соответствии с конъюнктурой рынка	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по реализации маркетинговых мероприятий
Участвовать в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникациях	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по проведению рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций
Обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение на рынке с использованием коммуникационных технологий	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по изучению и анализу распределения через каналы сбыта и продвижения на рынке; – экспертная оценка руководителем практики от предприятия уровня владения коммуникационными технологиями
Оценивать конкурентоспособность товаров	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по оценке конкурентоспособности товаров
Проводить маркетинговые исследования рынка	– экспертная оценка руководителем практики от предприятия выполненных производственных работ по проведению маркетинговых исследований рынка

## АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРАКТИКЕ

\_\_\_\_\_,  
ФИО обучающегося

Обучающийся (аяся) на \_\_ курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) успешно прошел(ла) производственную практику по профессиональному модулю ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» в объеме 72 часов с «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г. по «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

в организации \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
наименование организации, юридический адрес

### Виды и качество выполнения работ

Виды и объем работ, выполненных обучающимися во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика
<p>Инструктаж о прохождении производственной практики.</p> <p><i>Задание 1. Общая характеристика предприятия (организации)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Определить области деятельности</li> <li>– Определить общие цели и задачи</li> <li>– Описать корпоративную культуру</li> </ul> <p><i>Задание 2. Организация службы маркетинга на предприятии</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Определить тип организационной структуры службы маркетинга</li> <li>– Построить организационную структуру службы маркетинга</li> <li>– Определить цели и задачи службы маркетинга</li> <li>– Определить функции маркетинга</li> </ul> <p><i>Задание 3. Описание рынка</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Определить группы потенциальных потребителей, заинтересованных в предлагаемых товарах (услугах)</li> <li>– Изучить процесс формирования потребностей потребительского спроса</li> <li>– Провести оценку конкурентоспособности товаров</li> <li>– Провести маркетинговые исследования рынка</li> </ul>	

<p><i>Задание 4. Описание и характеристика потребителей</i></p> <p><b>Розничный потребитель</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Построить социальный портрет потребителя (возраст, уровень доходов, образование, вид деятельности, семейное положение)</li> <li>– Изучить мотивацию при приобретении соответствующего товара/услуги (обеспечение физиологических потребностей, обеспечение собственной безопасности или близких, самоутверждение, уважение со стороны окружающих, принадлежность к определенной социальной группе)</li> </ul> <p><b>Оптовый потребитель</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Описать соответствующие группы оптовых потребителей (производства, магазины, посреднические фирмы, зарубежные компании)</li> <li>– Изучить основные принципы и организацию работы с ними (система расчетов, поставок, наиболее популярные модели, марки товаров, степень удовлетворенности ассортиментом, качеством)</li> </ul> <p><i>Задание 5. Методы продвижения товаров/услуг</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Изучить рекламу</li> <li>– Изучить мероприятия стимулирования сбыта</li> <li>– Провести анализ системы личных продаж</li> <li>– Изучить PR-мероприятия</li> <li>– Провести анализ участия в выставках</li> </ul> <p><i>Задание 6. Проверка правильности составления документации организационно-распорядительной, товарно-сопроводительной с использованием автоматизированных систем</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Изучить организационно-распорядительную и товарно-сопроводительную документацию</li> <li>– Составить организационно-распорядительную и товарно-сопроводительную документацию с использованием автоматизированных систем</li> </ul> <p><i>Задание 7. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности торговой организации</li> </ul>	
--	--

## Сформированность общих компетенций обучающегося по результатам производственной практики

Код	Наименование компетенции	Уровень сформированности компетенции на основании педагогических наблюдений (уровни: отсутствует, низкий, ниже среднего, средний, выше среднего, высокий)
ОК1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	
ОК2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	
ОК3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	
ОК4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития	
ОК6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	
ОК7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	
ОК10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	
ОК12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	

## Характеристика профессиональной деятельности обучающегося во время производственной практики \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Дата «\_\_» \_\_\_\_ 20\_\_ Подпись руководителя практики

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Подпись ответственного лица организации (базы практики)

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

ГБПОУ «ЮУТК»

ПЦК «Коммерции»

## ОТЧЕТ

по производственной практике ПМ.02

Студента \_\_\_\_\_

Группы \_\_\_\_\_

Место прохождения практики:

\_\_\_\_\_

Руководитель практики от предприятия

\_\_\_\_\_

Руководитель практики от колледжа

\_\_\_\_\_

Челябинск, 202\_\_ г.

Министерство образования и науки Челябинской области

Государственное бюджетное профессиональное образовательное учреждение

«Южно-Уральский государственный колледж»

ДНЕВНИК

по производственной практике

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

обучающегося группы \_\_\_\_\_

по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

---

(ФИО обучающегося)

Челябинск, 202\_\_ г.

## Основные требования к заполнению дневника

1. Заполнить титульный лист дневника.
2. Ознакомиться и представить руководителю практики от организации (предприятия) программу практики (специальности) (стр. \_\_\_\_).
3. Получить в отделе кадров организации (предприятия) отметку о прибытии на место практики (стр. \_\_\_\_).
4. Регулярно записывать все выполняемые работы (стр. \_\_\_\_).
5. По окончании практики получить отзывы руководителей практики от предприятия и колледжа (стр. \_\_\_\_).
6. Получить в отделе кадров организации отметку о выбытии с места практики (стр. \_\_\_\_).

### ПРИМЕЧАНИЕ:

Обучающиеся, не прошедшие практику или не выполнившие требования программы практики, отчисляются из колледжа.

## ОТМЕТКА ОРГАНИЗАЦИИ (ПРЕДПРИЯТИЯ)

Прибыл в организацию (на предприятие)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Выбыл из организации (с предприятия)

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

Руководитель практики от организации (предприятия):

---

(должность)

(подпись)

(инициалы, фамилия)

М.П.

### Ход выполнения практики

№ п/п	Дата	Выполняемая работа	Затраченное время в часах	Оценка и подпись руководителя от организации (предприятия)
		Определение области деятельности. Определение общих целей и задач. Описание корпоративной культуры.		
		Определение типа и построение организационной структуры службы маркетинга.		
		Определение целей и задач службы маркетинга. Определение функций маркетинга.		
		Определение группы потенциальных потребителей, заинтересованных в предлагаемых товарах (услугах). Изучение процесса формирования потребностей потребительского спроса. Проведение оценки конкурентоспособности товаров.		
		Проведение маркетингового исследования рынка		
		<u>Розничный потребитель</u> Построение социального портрета потребителя. Изучение мотивации при приобретении соответствующего товара/услуги.		
		<u>Оптовый потребитель</u> Описание соответствующих групп оптовых потребителей. Изучение основных принципов и организации работы с ними.		
		Изучение рекламы.		
		Изучение мероприятий стимулирования сбыта. Проведение анализа системы личных продаж.		
		Изучение PR-мероприятий. Проведение анализа участия в выставках.		
		Изучение и составление организационно-распорядительной и товарно-сопроводительной документации с использованием автоматизированных систем.		
		Проведение анализа финансово- хозяйственной деятельности торговой организации		

Отзыв руководителя практики от организации (предприятия)  
о работе студента

---

---

---

---

---

---

Оценка за прохождение практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики

от организации (предприятия) \_\_\_\_\_

(подпись)

(инициалы, фамилия)

Отзыв руководителя практики от колледжа

---

---

---

---

---

---

Оценка за прохождение практики \_\_\_\_\_

Руководитель практики

от колледжа

\_\_\_\_\_

(подпись)

\_\_\_\_\_

(инициалы, фамилия)

## Программа практики

Наименование тем	Виды работ	Объем часов
Тема 1. Общая характеристика предприятия (организации)	Определение области деятельности	6
	Определение общих целей и задач	
	Описание корпоративной культуры	
Тема 2. Организация службы маркетинга на предприятии	Определение типа и построение организационной структуры службы маркетинга	6
	Определение целей и задач службы маркетинга	6
	Определение функций маркетинга	
Тема 3. Описание рынка	Определение группы потенциальных потребителей, заинтересованных в предлагаемых товарах (услугах)	6
	Изучение процесса формирования потребностей потребительского спроса	
	Проведение оценки конкурентоспособности товаров	6
	Проведение маркетингового исследования рынка	
Тема 4. Описание и характеристика потребителей	<u>Розничный потребитель</u> Построение социального портрета потребителя (возраст, уровень доходов, образование, вид деятельности, семейное положение)	6
	Изучение мотивации при приобретении соответствующего товара/услуги (обеспечение физиологических потребностей, обеспечение собственной безопасности или близких, самоутверждение, уважение со стороны окружающих, принадлежность к определенной социальной группе)	
	<u>Оптовый потребитель</u> Описание соответствующих групп оптовых потребителей (производства, магазины, посреднические фирмы, зарубежные компании)	
	Изучение основных принципов и организации работы с ними (система расчетов, поставок, наиболее популярные модели, марки товаров, степень удовлетворенности ассортиментом, качеством)	6

Тема 5. Методы продвижения товаров/услуг	Изучение рекламы	6
	Изучение мероприятий стимулирования сбыта	6
	Проведение анализа системы личных продаж	
	Изучение PR-мероприятий	6
	Проведение анализа участия в выставках	
Тема 6. Проверка правильности составления документации организационно-распорядительной, товарно-сопроводительной с использованием автоматизированных систем	Изучение и составление организационно-распорядительной и товарно-сопроводительной документации с использованием автоматизированных систем	6
Тема 7. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации	Проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности торговой организации	6
	Всего часов	72