Министерство образования и науки Калужской области

Государственное автономное профессиональное

образовательное учреждение Калужской области

«Людиновский индустриальный техникум»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

**ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МОДУЛЯ**

**ПМ. 02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ и маркетинговой деятельности**

программы подготовки специалистов среднего звена

специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

2017 г.

Методические рекомендации по производственной практике профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности разработаны на основе рабочей программы производственной практики и Федерального государственного образовательного стандарта по программе подготовки специалистов среднего звена специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям), укрупненной группы специальностей 38.00.00 Экономика и управление

СОГЛАСОВАНО

Заведующая по учебной работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.Е.Селиверстова

31.08.2017г.

Рекомендована цикловой комиссией

профессиональных дисциплин сферы обслуживания

Протокол № 1 от 31.08.2017г

Председатель ЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Л.В.Хмельницкая

Разработчики:

Хмельницкая Л.В., преподаватель экономических дисциплин

# СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения………………………………………………………………………..……4

2. Тематический план производственной практики……………………………………….…..8

3. Содержание производственной практики………………………………………….………..8

4. Рекомендации по составлению отчета по производственной практике………..……...…10

# 5. Требования к оформлению отчета………………………………………………………….11

6. Список литературы……………………………………………………………….………….12

Приложение…………………………………………………………………………………..…14

**1. Общие положения**

Производственная практика проводится после изучения теоретического курса профессионального модуля ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности. Продолжительность практики составляет 72 часа.

Целями производственной практики профессионального модуля ПМ.02 являются:

- закрепление теоретических знаний, полученных при изучениимеждисциплинарных курсов ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности;

- формирование первичных профессиональных умений и навыков по избранной специальности;

- приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

Задачами производственной практики являются:

- ознакомление с организацией, в которой проходит практика, с целью формирования общего представления об организационной структуре и деятельности организации;

- изучение процесса организации экономической и маркетинговой деятельности;

- изучение показателей, характеризующих эффективность коммерческой деятельности организации;

- приобретение навыков работы с реальными документами, справочными, нормативными и законодательными материалами;

- формирование у обучающихся профессиональных компетенций;

- приобретение практического опыта выполнения работ, связанных с профессиональной деятельностью.

При прохождении производственной практики обучающиеся должны овладеть общими компетенциями:

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 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

Результатом прохождения производственной практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности (ВПД): Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, в том числе профессиональными компетенциями:

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

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности обучающийся в ходе производственной практики должен:

**иметь практический опыт:**

- оформления финансовых документов и отчетов;

- проведения денежных расчетов;

- расчета основных налогов;

- анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;

- выявления потребностей (спроса) на товары;

- реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;

- участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;

- анализа маркетинговой среды организации;

**уметь:**

- составлять финансовые документы и отчеты;

- осуществлять денежные расчеты;

- пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;

- рассчитывать основные налоги;

- анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;

- применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;

- выявлять, формировать и удовлетворять потребности;

- обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;

- проводить маркетинговые исследования рынка;

- оценивать конкурентоспособность товаров;

- работать с нормативными документами, регулирующими аудиторскую деятельность;

- составлять аудиторское заключение;

- проводить проверку законности и правильности учета операций по разделам бухгалтерского учета;

**знать:**

- сущность, функции и роль финансов в экономике, сущность и функции денег, денежного обращения;

- финансирование и денежно-кредитную политику, финансовое планирование и методы финансового контроля;

- основные положения налогового законодательства;

- функции и классификацию налогов;

- организацию налоговой службы;

- методику расчета основных видов налогов;

- методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности: цели, задачи, методы, приемы, виды; информационное обеспечение, организацию аналитической работы; анализ деятельности организаций оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности;

- составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;

- средства: удовлетворения потребностей, распределения и продвижения товаров, маркетинговые коммуникации и их характеристику;

- методы изучения рынка, анализа окружающей среды;

- конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;

- этапы маркетинговых исследований, их результат; управление маркетингом;

- организацию аудиторской деятельности в РФ;

- методику проведения проверки основных разделов бухгалтерского учета.

На производственную практику допускаются обучающиеся, полностью выполнившие учебный план теоретического обучения. К началу производственной практики обучающемуся необходимо иметь задание на производственную практику (Приложение 1) и дневник практики.

В период прохождения практики обучающийся обязан:

- явиться на место прохождения практики в указанный срок;

- регулярно посещать базу производственной практики;

- в соответствии с заданием собрать, систематизировать и проанализировать необходимую информацию;

- выполнять порученную работу, соблюдать трудовую дисциплину и правила внутреннего распорядка;

- следовать указаниям руководителя практики от предприятия, регулярно перед ним отчитываться, а также выполнять порученную работу и возложенные на него обязанности; - систематически вести дневник практики, в котором следует фиксировать краткое описание выполненной работы.

Форма контроля и оценки – отчет по практике.

Итоговый контроль – дифференцированный зачет.

**2. Тематический план производственной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п.п. | Виды работ | Объем часов |
| 1 | Оформление финансовых документов и отчетности | 8 |
| 2 | Проведение денежных расчетов | 8 |
| 3 | Расчет основных налогов | 8 |
| 4 | Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия | 8 |
| 5 | Выявление потребностей (спроса) на товары | 8 |
| 6 | Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка | 8 |
| 7 | Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций | 8 |
| 8 | Анализ маркетинговой среды организации | 8 |
| 9 | Участие в инвентаризации и оформлении отчета | 8 |
|  | Итого: | 72 |

**3. Содержание производственной практики**

*1. Оформление финансовых документов и отчетности*

Составление приходных, расходных документов к товарному отчету. Оформление товарного отчета. Составление актов уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров. Ознакомление с приемосдаточными актами при передаче материальных ценностей. Ознакомление с переоценкой и уценкой товаров. Овладение навыками оформления документов по переоценке и уценке товаров. Оформление товарных отчетов.

*2.* *Проведение денежных расчетов*

Распознавание признаков платежеспособности государственных казначейских билетов. Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками работы на машине пересчета денежных купюр. Овладение навыками проверки подлинности банкнот. Подсчет денежной выручки за день.

*3.* *Расчет основных налогов*

Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией - базой практики. Расчет основных налогов (примеры расчета).

*4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия*

Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. текущего года. Оформление результатов анализа.

*5. Выявление потребностей (спроса) на товары*

Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров). Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.

*6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка*

Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары. Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.

*7. Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций*

Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций и компаний. Участие в организации рекламы в местах продаж. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения товаров и услуг организации. Участие в выставках-продажах или дегустациях или демонстрациях товаров (при возможности их проведения). Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.

*8.* *Анализ маркетинговой среды организации*

Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа суммы покупок). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и ее конкурентов). Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.

*9. Участие в инвентаризации и оформлении отчета*

Использование данных бухгалтерского учета для контроля результатов деятельности организации. Участие в инвентаризации. Оформление результатов инвентаризации и отражение их в учете.

**4. Рекомендации по составлению отчета по производственной практике**

*1. Наименование, организационно-правовая форма организации*

В пункте необходимо дать  характеристику торговой (оптовой, розничной) организации (промышленного предприятия): описать вид и сферу деятельности, организационно-правовую форму, специализацию, экономику района деятельности.

*2. Организационная структура управления организацией*

В пункте необходимо указать:

- организационную структуру управления торговой организации (промышленного предприятия);

- состав и структуру подразделений торговой организации (промышленного предприятия);

- распределение функций и информационное взаимодействие между подразделениями.

*3. Финансовая отчетность организации*

В пункте необходимо указать виды и формы финансовой отчетности торговой организации (промышленного предприятия): товарный отчет; приходные и расходные документы к товарному отчету; акты уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров; приемосдаточные акты при передаче материальных ценностей.

*4. Проведение денежных расчетов в организации*

В пункте необходимо указать: формы денежных расчетов; денежные документы, используемые при расчете с поставщиками, покупателями; организацию распознавания признаков платежеспособности государственных казначейских билетов; организацию проверки денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот в торговой организации (на промышленном предприятии).

*5. Перечень налогов, уплачиваемых организацией*

В пункте необходимо указать перечень налогов, уплачиваемых организацией - базой практики, привести примеры расчета основных налогов.

*6. Показатели финансово-хозяйственной деятельности организации*

В пункте необходимо указать и проанализировать динамику показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации (промышленного предприятия) за 6 и 12 мес. текущего года.

*7. Анализ маркетинговой среды организации*

В пункте необходимо представить: анализ внутренней среды, анализ социально-экономической среды; анализ демографической среды; анализ конкурентной среды торговой организации (промышленного предприятия).

*8. Товарная, ценовая и сбытовая политика организации*

В пункте необходимо проанализировать сбытовую политику торговой организации (промышленного предприятия); каналы распределения, стратегии ценообразования на различные товары; мероприятия по стимулированию потребителей и персонала; виды и методы изучения покупательского спроса; анализ факторов, влияющих на спрос; результаты опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.

*9. Проведение рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций в организации*

В пункте необходимо проанализировать рекламные акции, компании, выставки-продажи, дегустации или демонстрации товаров; обосновать целесообразность выбора и применения маркетинговых коммуникаций в торговой организации (на промышленном предприятии).

*10. Предложения студента по совершенствованию организации экономической и маркетинговой деятельности организации*

Пункт должен содержать предложения обучающегося по совершенствованию организации экономической и маркетинговой деятельности организации - базы практики (совершенствованию производственной структуры, организации и управления товарной, ценовой и сбытовой деятельностью и др.).

# 5. Требования к оформлению отчета

По окончанию производственной практики обучающийся составляет отчет.

Структура отчета:

- Титульный лист – 1 стр. (Приложение 2);

- Содержание – 1 стр.;

-Текстовая часть отчета – 20-22 стр. (без приложений);

- Список использованных источников – 1 стр.

Текст отчета должен быть выполнен печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Используется 12-14 шрифт (Times New Roman). Межстрочный интервал-1,5. Абзацный отступ должен быть одинаков и равен 1,25. При этом, должны соблюдаться следующие размеры полей: пра­вое и нижнее - 10 мм, левое – 30 мм, верхнее - 20 мм.

Каждый пункт начинается с нового листа (страницы). Расстояние между заголовками структурных элементов отчета и текстом должно быть не менее 3, 4 интервалов (7-10 мм).

Страницы следует нумеровать арабскими цифрами, со­блюдая сквозную нумерацию по всему тексту отчета. Номер стра­ницы проставляют в центре верхней части листа без точки. На ти­тульном листе и содержании номер не ставится, но включается в общую нумера­цию работы.

Практический материал должен быть конкретным и отражать специфику базы практики, с приложением необходимого цифрового и иллюстративного материала.

Оформленный отчет подписывается студентом, проверяется и визируется руководителем практики от предприятия и заверяется печатью. По результатам защиты отчета выставляется оценка.

**6. Список литературы**

Основные источники:

1. Конституция РФ

2. Гражданский кодекс РФ

3. Налоговый кодекс РФ

4. Закон РФ «О защите прав потребителей» от 07.02.1992 №2300-1, с доп. и измен. от 09.01.1999 №2-ФЗ.

5. Закон РФ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» от 27.07.2006 №149-ФЗ.

6. Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» от 23.09.1992 №3520-1, с доп. и измен. от 11.12.2002 №166-ФЗ.

7. Закон РФ "О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ

8. Закон РФ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ

9. Закон РФ «Об аудиторской деятельности» от 07.08.2001 № 119-ФЗ

10. Барышев А.Ф. Маркетинг. – М.: «Академия», 2016.

11. Голубева Т. М. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебник для СПО - М.: Академия, 2015.

12. Ендовицкий С.В. Аудит. Учебное пособие. – М.: Среднее профессиональное образование, 2015.

13. Кнышова Е.Н. Маркетинг. – М.: Форум-Инфра-М, 2017.

14. Котлер Ф. Основы маркетинга. – М.: Прогресс, 2015.

15. Перекрестова Л. В., Романенко Н. В., Сазонов С.П. Финансы и кредит. Учебное пособие для СПО – М.: Академия, 2016.

16. Подольский В.И. Аудит. – М.: Издательский центр «Академия», 2015.

17. Скворцов О. В. Налоги и налогообложение. Учебное пособие для СПО - М.: Академия, 2016.

Дополнительные источники:

1.Одинцов В. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебник для СПО – М.: Академия, 2016.

2. Перекрестова Л. В., Романенко Н. В., Сазонов С.П. Финансы и кредит: практикум. Учебное пособие для СПО – М.: Академия, 2015.

3. Сборник задач по аудиту (практикум) / Под ред.А.Д.Ларионова. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2017.

4. Секерин В.Д. Практический маркетинг в России. – М.: «Интел-Синтез», 2016.

5. Скворцов О.В. Налоги и налогообложение: практикум. Учебное пособие для СПО – М.: Академия, 2015.

Интернет-ресурсы:

# 1. [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

# 2. [www.minfin.ru](http://www.minfin.ru)

# 3. [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru)

Журналы:

## 1. «Вопросы экономики»

2. «Маркетинг в России и за рубежом»

3. «Российская торговля»

4. «Современная торговля»

## 5. «Экономико-правовой бюллетень»

## 6. [«Экономическое](http://www.review.uz/) обозрение»

**Приложение 1**

Министерство образования и науки Калужской области

Государственное автономное профессиональное

образовательное учреждение Калужской области

«Людиновский индустриальный техникум

«УТВЕРЖДАЮ»:

Зам. директора по УПР

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Т.П. Киселева

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

# ЗАДАНИЕ

на производственную практику профессионального модуля

ПМ. 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Студента дневного отделения, группы

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Фамилия, Имя, Отчество)

Целями производственной практики профессионального модуля ПМ.02 являются:

− закрепление теоретических знаний, полученных при изучении базовых дисциплин;

− формирование первичных профессиональных умений и навыков по избранной специальности;

− приобретение практических навыков в будущей профессиональной деятельности.

Задачами производственной практики являются:

− ознакомление с организацией, в которой проходит практика, с целью формирования общего представления об организационной структуре и деятельности организации;

− изучение процесса организации экономической и маркетинговой деятельности;

− изучение показателей, характеризующих эффективность коммерческой деятельности организации;

− приобретение навыков работы с реальными документами, справочными, нормативными и законодательными материалами;

− формирование у обучающихся профессиональных компетенций;

− приобретение практического опыта выполнения работ, связанных с профессиональной деятельностью.

**СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА**

1. Наименование, организационно-правовая форма организации.

2. Организационная структура управления организацией.

3. Финансовая отчетность организации.

4. Проведение денежных расчетов в организации.

5. Перечень налогов, уплачиваемых организацией.

6. Показатели финансово-хозяйственной деятельности организации.

7. Анализ маркетинговой среды организации.

8. Товарная, ценовая и сбытовая политика организации.

9. Проведение рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций в организации.

10. Предложения студента по совершенствованию организации экономической и маркетинговой деятельности организации.

Дата выдачи задания

Рассмотрено на заседании цикловой комиссии

Протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Председатель ЦК \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Руководитель практики \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Приложение 2**

**Министерство образования и науки Калужской области**

**Государственное автономное профессиональное**

**образовательное учреждение Калужской области**

**«Людиновский индустриальный техникум»**

**ОТЧЕТ**

**по производственной практике**

**ПМ. 02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

**Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

**Группа**

**Студент**

**Руководитель практики**

**от предприятия**

**Руководитель практики**

**от техникума**

**Дата сдачи\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Оценка\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**\_\_\_\_\_\_\_ г.**