Министерство образования и науки Калужской области

Государственное автономное профессиональное

образовательное учреждение Калужской области

«Людиновский индустриальный техникум»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ**

**ПО ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКЕ**

программы подготовки специалистов среднего звена

специальности

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

2017 г.

Методические рекомендации по преддипломной практике разработаны на основе рабочей программы преддипломной 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 УТВЕРЖДАЮ

Заведующая по учебной работе Заместитель директора по УПР

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ О.Е.Селиверстова \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Т.П.Киселева

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 преддипломной практики……………………………………….....…..7

3. Содержание преддипломной практики………………………………………….…....……..7

4. Рекомендации по составлению отчета по преддипломной практике………..…….......…..9

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

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

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

 **1. Общие положения**

 Преддипломная практика проводится после освоения студентами программы теоретического обучения и является завершающим этапом обучения.

В результате освоения программы преддипломной практики обучающийся **должен углубить приобретенный практический опыт:**

- приемки товаров по количеству и качеству;

- составления договоров;

- установления коммерческих связей;

- соблюдения правил торговли;

- выполнения технологических операций по подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации;

- эксплуатации оборудования в соответствии с назначением и соблюдения правил охраны труда;

- 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;

- определения показателей ассортимента;

- распознавания товаров по ассортиментной принадлежности;

- оценки качества товаров в соответствии с установленными требованиями; установления градаций качества;

- расшифровки маркировки;

- контроля режима и сроков хранения товаров;

- соблюдения санитарно-эпидемиологических требований к товарам, упаковке, условиям и срокам хранения

В результате освоения программы преддипломной практики обучающийся **должен развить освоенные умения:**

- устанавливать коммерческие связи, заключать договора и контролировать их выполнение;

- управлять товарными запасами и потоками;

- обеспечивать товародвижение и принимать товары по количеству и качеству;

- оказывать услуги розничной торговли с соблюдением нормативных правовых актов, санитарно-эпидемиологических требований к организациям розничной торговли;

- устанавливать вид и тип организаций розничной и оптовой торговли;

- эксплуатировать торгово-технологическое оборудование;

- применять правила охраны труда, экстренные способы оказания помощи пострадавшим, использовать противопожарную технику;

- составлять финансовые документы и отчеты;

- осуществлять денежные расчеты;

- пользоваться нормативными правовыми актами 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;

- применять методы товароведения;

- формировать и анализировать торговый (или промышленный) ассортимент;

- оценивать качество товаров и устанавливать их градации качества;

- рассчитывать товарные потери и списывать их;

- идентифицировать товары;

- соблюдать оптимальные условия и сроки хранения и транспортирования, санитарно-эпидемиологические требования к ним.

 В результате освоения программы преддипломной практики **совершенствуются сформированные компетенции:**

**- общие компетенции:**

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, аргументированно и ясно излагать устную и письменную речь

ОК 12. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий

**- профессиональные компетенции,** соответствующие основным видам профессиональной деятельности:

*Организация и управление торгово-сбытовой деятельностью*

ПК 1.1. Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции

ПК 1.2. На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение

ПК 1.3. Принимать товары по количеству и качеству

ПК 1.4. Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли

ПК 1.5. Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли

ПК 1.6. Участвовать в работе по подготовке организации к добровольной сертификации услуг

ПК 1.7. Применять в коммерческой деятельности методы, средства и приемы менеджмента, делового и управленческого общения

ПК 1.8. Использовать основные методы и приемы статистики для решения практических задач коммерческой деятельности, определять статистические величины, показатели вариации и индексы

ПК 1.9. Применять логистические системы, а также приемы и методы закупочной и коммерческой логистики, обеспечивающие рациональное перемещение материальных потоков

ПК 1.10. Эксплуатировать торгово-технологическое оборудование

*Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности*

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

*Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохраняемости товаров*

ПК 3.1. Участвовать в формировании ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определять номенклатуру показателей качества товаров

ПК 3.2. Рассчитывать товарные потери и реализовывать мероприятия по их предупреждению или списанию

ПК 3.3. Оценивать и расшифровывать маркировку в соответствии с установленными требованиями

ПК 3.4. Классифицировать товары, идентифицировать их ассортиментную принадлежность, оценивать качество, диагностировать дефекты, определять градации качества

ПК 3.5. Контролировать условия и сроки хранения и транспортирования товаров, обеспечивать их сохраняемость, проверять соблюдение требований к оформлению сопроводительных документов

ПК 3.6. Обеспечивать соблюдение санитарно-эпидемиологических требований к товарам и упаковке, оценивать качество процессов в соответствии с установленными требованиями

ПК 3.7. Производить измерения товаров и других объектов, переводить внесистемные единицы измерений в системные

ПК 3.8. Работать с документами по подтверждению соответствия, принимать участие в мероприятиях по контролю

 На преддипломную практику допускаются обучающиеся, полностью выполнившие учебный план теоретического обучения и сдавшие все виды промежуточной аттестации, предусмотренные ФГОС СПО.

 К началу преддипломной 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 преддипломной 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.

 Продолжительность практики составляет 144 часа.

 Форма контроля и оценки – защита отчета по практике.

**2. Тематический план преддипломной практики**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № п.п. | Виды работ | Объем часов |
| 1 | Организационно-экономическая характеристика предприятия | 14 |
| 2 | Организация экономической и маркетинговой деятельности предприятия | 12 |
| 3 | Исследование коммерческой деятельности предприятия | 20 |
| 4 | Формирование ассортимента, оценка качества и маркировка товаров на предприятии | 20 |
| 5 | Сбор информации для выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР) | 72 |
| 6 | Защита отчета по практике | 6 |
|  | Итого: | 144 |

**3. Содержание преддипломной практики**

 *1. Организационно-экономическая характеристика предприятия*

 Характеристика предприятия. Характеристика внешней среды. Анализ технико-экономических показателей деятельности предприятия за три предшествующих года. Организационная структура управления с указанием отделов, должностей и местонахождения руководящего персонала. Кадровый потенциал предприятия и его формирование. Анализ коммуникации между уровнями управления и подразделений; между предприятием и внешней средой. Способы защиты коммерческой тайны на предприятии.

 *2. Организация экономической и маркетинговой деятельности предприятия*

 Выявление методов изучения и прогнозирования покупательского спроса. Порядок определения целевых сегментов рынка (приоритетность различных сегментов рынка) и их состав, характеристика основных групп покупателей. Характеристика сегмента рынка предприятия. Характеристика клиентов и конкурентов. Стратегия ценообразования, факторы, определяющие решения по ценам, цены на производимую продукцию, метод их формирования. Инструменты продвижения товаров и услуг предприятия.

 *3. Исследование коммерческой деятельности предприятия*

 Анализ основных этапов договорной работы. Анализ источников закупки товаров (сырья, материалов, полуфабрикатов, комплектующих и др.). Условия взаимодействия с конкретными поставщиками. Методы доставки товаров в торговое предприятие и виды используемых маршрутов. Характеристика устройства и планировки производственного, торгового, складского и др. помещения. Анализ технической оснащённости предприятия, оснащенности специальным программным обеспечением персональных компьютеров. Комплекс операций, связанных с подготовкой к приемке и приемкой товаров, размещением их на хранение, организацией хранения и подготовкой к отпуску товарополучателям. Приемка товаров на склад (в магазин), проверка товаров по количеству и качеству, оформление приемо-сдаточных документов, регистрация принятых товаров. Организация работ по продаже товаров методами, существующими в предприятии и способствующими увеличению товарооборота и прибыли. Оформление документов и учет товаров в процессе продажи. Характеристика технологического процесса в торговом (производственном и др.) предприятии. Анализ использования в магазине инструментов мерчендайзинга: правил выкладки, расположения отделов, атмосферы в магазине и др.

 *4. Формирование ассортимента, оценка качества и маркировка товаров на предприятии*

 Ассортимент товаров и услуг предприятия и его характеристики. Принципы и факторы, влияющие на формирование ассортимента на предприятии и источники товароснабжения; периодичность и причины изменения ассортимента. Управление товарными запасами на предприятии. Анализ показателей формирования ассортимента товаров. Порядок приемки партии товаров по качеству. Оценка качества товаров в соответствии с нормативными документами. Установление условий, сроков хранения, санитарно-эпидемиологических требований к товарам с целью обеспечения их сохраняемости. Определение возможного количества товарных потерь по группе товаров. Разработка мероприятий по предупреждению и снижению товарных потерь на предприятии. Определение соответствия содержания сопроводительных документов и информации на маркировке товара.

 *5. Сбор информации для выполнения выпускной квалификационной работы (ВКР)*

Выполнение работ, связанных с выполнением выпускной квалификационной (дипломной) работы:

- изучение литературных источников по теме ВКР;

- раскрытие сущности базовых понятий и методик согласно теме ВКР;

-разработка предложений по совершенствованию системы управления ассортиментом и качеством товаров.

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

 *1. Общая организационная характеристика предприятия*

 Необходимо рассмотреть следующие вопросы:

вид и сфера деятельности, организационно-правовая форма, специализация, лицензирование деятельности по отдельным группам товаров (услуг), сертификация услуг, экономика района деятельности предприятия, рынки, на которых действует предприятие, наименование банков, где обслуживается предприятие, перечень поставщиков, с указанием вида ресурса и объема поставок, ведущие заказчики по основному виду деятельности.

 *2. Общая экономическая характеристика предприятия*

 Необходимо проанализировать  технико-экономические показатели  деятельности предприятия за три предшествующих года:

портфель заказов, показатели объема производства и реализации товаров (услуг), показатели структуры товарооборота, показатели динамики товарооборота, показатели товарных запасов, показатели товарооборачиваемости, показатели объема, динамики и эффективности использования оборотных средств, показатели объема, структуры и динамики прибыли, показатели уровня рентабельности и его динамики, показатели объема, структуры и динамики издержек производства (обращения).

 *3. Система управления персоналом*

 Необходимо рассмотреть следующие вопросы:

кадровый потенциал предприятия: профессиональный состав, система материального и морального стимулирования, функции персонала разных категорий, занятых на предприятии, система работы с кадрами (повышение квалификации, подготовка и переподготовка кадров, работа с резервом и др.); методы повышения эффективности труда.

 *4. Информационное обеспечение коммерческой деятельности*

Необходимо рассмотреть следующие вопросы:

коммуникации между уровнями управления и подразделений, коммуникации между предприятием и внешней средой (органы государственного регулирования, потребители, поставщики и др.), документооборот предприятия и его характеристика, способы защиты коммерческой тайны.

*5. Анализ рынка товаров (услуг) предприятия*

 Необходимо рассмотреть следующие вопросы:

выявить методы изучения и прогнозирования покупательского спроса, определить целевые сегменты рынка и их состав, емкость рынка, дать характеристику основных групп покупателей, дать характеристику конкурентов, составить прогноз продаж товаров (услуг), ознакомиться с позиционированием предприятия, товара (услуги).

 *6. Анализ товарной политики предприятия*

 Необходимо рассмотреть следующие вопросы:

ассортимент  товаров и услуг предприятия, принципы и факторы, влияющие на формирование ассортимента, периодичность и причины изменения ассортимента, управление товарными запасами, показатели формирования ассортимента товаров (коэффициенты широты, полноты, глубины, устойчивости и новизны ассортимента).

 *7. Анализ ценовой политики предприятия*

 Необходимо рассмотреть следующие вопросы:

стратегия ценообразования, цены на производимую продукцию (услугу), показатели структуры розничных цен, показатели динамики розничных цен.

 *8. Анализ сбытовой деятельности предприятия*

 Необходимо рассмотреть следующие вопросы:

организация работ по продаже товаров (услуг), виды дополнительных услуг, оформление документов и учет товаров в процессе продажи, технологический процесс в торговом предприятии (в виде схемы), анализ использования инструментов мерчендайзинга: правила выкладки, расположение отделов, атмосфера, внутренняя реклама и т.д.

*9. Продвижение товаров (услуг) предприятия*

 Необходимо рассмотреть следующие вопросы:

инструменты продвижения товаров и услуг предприятия (реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью,  личная продажа), эффективность использования инструментов продвижения товаров.

*10. Организация коммерческих и хозяйственных связей, порядок ведения договорной работы на предприятии*

 Необходимо рассмотреть следующие вопросы:

организация заключения и исполнения договоров на предприятии, анкетный опрос покупателей и анализ полученных материалов, порядок закупки товаров, организация доставки товаров на склад (магазин), техническая оснащённость предприятия, оснащенность специальным программным обеспечением, подготовка к приемке и приемка товаров, хранение товаров.

 *11. Индивидуальное задание (по теме ВКР)*

 Выполнение  работ, связанных с выпускной квалификационной (дипломной) работой:  – изучение литературных источников по теме ВКР;

– раскрытие сущности базовых понятий и методик, согласно теме ВКР;

– разработка предложений по совершенствованию системы управления ассортиментом и качеством товаров.

# 5. Требования к оформлению отчета

 По окончанию преддипломной 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. Трудовой кодекс РФ

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

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

7. 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.

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

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

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

11. Арустамов Э.А. Охрана труда в торговле. – М.: Академия, 2016.

12. Арустамов Э.А. Техническое оснащение торговых организаций. – М.: Академия, 2015.

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

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

15. Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров. – М.: Академия, 2016.

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

17. Иванов Г.Г. Организация и технология коммерческой деятельности. – М.: Академия, 2015.

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

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

20. Крутик А.Б. Организация предпринимательской деятельности. – М.: Академия, 2015.

21. Неверов А.Н., Чалых Т.И. Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами. – М.: Академия, 2015.

22. Николаева М.А. Теоретические основы товароведения. – М.: Норма, 2017.

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

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

25. Райкова Е.Ю. Теоретические основы товароведения. – М.: Академия, 2017.

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

Дополнительные источники:

1. Коротких И.Ю. Основы коммерческой деятельности. – М.: Академия, 2015.

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

3. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности. – М.: Дашков и К, 2017.

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

5. Финансы, денежное обращение, кредит. / Под ред. проф. Л.А. Дробозиной. – М.: Финансы, ЮНИТИ, 2017.

6. Хруцкий В.Е., Корнеева И.В. Современный маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 2015.

7. Электронное учебное пособие: Щеголева Н.Г., Хабаров В.И.Финансы и кредит. – «Московская финансово-промышленная академия», 2017.

Интернет-ресурсы:

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

2. [http://www.znaytovar.ru](http://www.znaytovar.ru/)

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

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

5. <http://tovaroved.clan.su>

6. http://www.tovarovedenie.org

**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 преддипломную практику

специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

 студента очной формы обучения, группы \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

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

(Фамилия, Имя, Отчество)

Целями преддипломной практики являются:

- закрепление знаний, полученных студентами за время теоретического обучения на основе практического участия в деятельности предприятий и организаций, умения применять их в профессиональной деятельности;

- расширение практических навыков самостоятельной и научно-исследовательской работы;

- формирование у студентов общих и профессиональных компетенций в рамках модулей ППССЗ СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

**СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА**

1. Общая организационная характеристика предприятия
2. Общая экономическая характеристика предприятия
3. Система управления персоналом
4. Информационное обеспечение коммерческой деятельности
5. Анализ рынка товаров (услуг) предприятия
6. Анализ товарной политики предприятия
7. Анализ ценовой политики предприятия
8. Анализ сбытовой деятельности предприятия
9. Продвижение товаров (услуг) предприятия
10. Организация коммерческих и хозяйственных связей, порядок ведения договорной работы на предприятии
11. Индивидуальное задание (по теме ВКР)

Дата выдачи задания \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 Рассмотрено на заседании цикловой комиссии

 профессиональных дисциплин сферы обслуживания

 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 преддипломной практике**

 **Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

 **Группа**

 **Студент**

 **Руководитель практики**

 **от предприятия**

 **Руководитель практики**

 **от учебного заведения**

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

**\_\_\_\_\_\_\_ г.**