Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«Сибирская региональная школа бизнеса (колледж)»

УТВЕРЖДАЮ
Директор АНПОО «СРШБ (колледж)»
_____ С.Л. Винник
«15» октября 2021г.

РАССМОТРЕНО
на заседании ПЦК бухгалтерско-экономических дисциплин
(протокол от «15» 10 2021 г. №3)
Председатель_____Швыдко В.В.

Методические указания
по прохождению
производственной практики
по ПМ 02. «ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)**

Омск-2021

РАССМОТРЕНЫ И РЕКОМЕНДОВАНЫ К УТВЕРЖДЕНИЮ

на заседании методического совета
Протокол № 1 от «30» 08 2021 г.
Председатель комиссии _____ / Заместитель директора Швыдко В.В.

Организация-разработчик: АНПОО «Сибирская региональная школа бизнеса (колледж)»

Разработчики: Швыдко В.В., преподаватель экономических дисциплин

СОДЕРЖАНИЕ

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ 4
2.ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ 5
3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИКИ 5
4. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ В ПЕРИОД ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ 9
5.АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ..... 19
6.ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ 21
7.ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ 22
ПРИЛОЖЕНИЯ

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Программа производственной практики является частью программы подготовки специалистов среднего звена (ППССЗ) в соответствии с ФГОС СПО специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) и предусматривает логическую взаимосвязь и сочетание теоретического и практического обучения, преемственность всех этапов практики, обеспечивает обоснованную последовательность процесса овладения студентами системой профессиональных умений и навыков, первоначальным профессиональным опытом в рамках профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности». Настоящие рекомендации были разработаны в соответствии с:

- ✓ Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»№273-ФЗ от 29 декабря 2012 года;
- ✓ Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) (далее ФГОС) от 15.05.2014 №539;
- ✓ Приказ Минобрнауки России №885, Минпросвещения России №390 от 05.08.2020 «О практической подготовке обучающихся» (вместе с "Положением о практической подготовке обучающихся» (зарегистрировано в Минюсте России 11.09.2020 N 59778);
- ✓ Методических рекомендаций по организации учебного процесса по очно-заочной и заочной формам обучения в образовательных организациях, реализующих основные профессиональные образовательные программы среднего профессионального образования, направленных письмом Минобрнауки России от 20.07.2015 №06-846;
- ✓ Приказ Минобрнауки России N 885, Минпросвещения России N 390 от 05.08.2020 "О практической подготовке обучающихся" (вместе с "Положением о практической подготовке обучающихся");
- ✓ Положение о практической подготовке обучающихся, осваивающих основные образовательные программы среднего профессионального образования АНПОО «СРШБ (колледж)», утвержденного 13.10.2020;

✓ Рабочей программой производственной практики по профессиональному модулю ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

Производственная практика базируется на освоении программы практики по профилю специальности, реализуемой в рамках ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности», на знаниях, умениях и навыках, сформированных в ходе изучения дисциплин «Маркетинг», «Анализ финансово-хозяйственной деятельности», «Финансы, налоги и налогообложение».

Вид практики: Производственная практика.

1.2. Сроки прохождения производственной практики – концентрированная, 36 часов.

2.ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

Производственная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение первоначального практического опыта, для последующего освоения ими общих и профессиональных компетенций по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Целью производственной практики ППССЗ по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) базовой подготовки является формирование у обучающихся первичных практических профессиональных умений и навыков, закрепление и углубление общих и профессиональных компетенций, умений и знаний, полученных обучающимися в процессе изучения МДК.

Задачами производственной практики являются:

1. Оформление финансовых документов и отчетов;
2. Проведение денежных расчетов;
3. Расчет основных налогов;

4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;

5. Выявлять потребности (спроса) на товары;

6. Реализации маркетинговых мероприятий в соответствие с конъюнктурой рынка;

7. Участие в проведении рекламных акции и компании, других маркетинговых коммуникации;

8. Анализ маркетинговой среды организации.

В результате прохождения производственной практики в рамках профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» студент должен:

1. приобрести первоначальный практический опыт работы

ПО 1 оформления финансовых документов и отчетов;

ПО 2 проведения денежных расчетов;

ПО 3 расчёта основных налогов;

ПО 4 анализа показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации;

ПО 5 выявления потребностей (спроса) на товары;

ПО 6 реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка;

ПО 7 участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;

ПО 8 анализа маркетинговой среды организации.

2. приобрести умения:

У.1 составлять финансовые документы и отчёты;

У.2 осуществлять денежные расчёты;

У.3 пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;

У.4 рассчитывать основные налоги;

У.5 анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;

У.6 применять методы и приёмы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;

У.7 выявлять, формировать и удовлетворять потребности;

У.8 обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;

У.9 проводить маркетинговые исследования рынка;

У.10 оценивать конкурентоспособность товаров.

3. ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ПРАКТИКИ

Производственная практика проводится непрерывно по завершении теоретического обучения.

Основанием для распределения на практику обучающихся и назначения руководителя практики является приказ директора АНПОО «СРШБ (колледж)».

Прохождение производственной практики является **обязательным для всех обучающихся всех форм обучения**.

Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью по всем формам обучения, вправе проходить учебную и производственную практики (кроме преддипломной) в организации по месту работы, в случаях, если осуществляемая ими профессиональная деятельность соответствует целям практики. В этом случае обучающиеся предоставляют справку с места работы, без заключения договора о практической подготовке специалистов (Приложение).

Обучающиеся заочной формы обучения, имеющие стаж работы или работающие на должностях, соответствующих получаемой квалификации, могут освобождаться (на усмотрение исполнительного директора Колледжа) от прохождения производственной практики и практики по профилю

специальности на основании предоставленных с места работы справок (Приложение).

Перед началом практики проводится организационное собрание для разъяснения цели, содержания и порядка прохождения практики.

Обучающимся заочного отделения также обязательно высылается программа производственной практики и методические указания.

Продолжительность практики устанавливается в соответствии с графиком учебного процесса – **1 неделя** с **36-часовой недельной нагрузкой** на предприятии в количестве 36 часов (для студентов всех форм обучения).

Руководителем практики назначается ведущий преподаватель АНПОО «СРШБ (колледж)». Руководитель практики выдает обучающемуся: дневник по практике, методические указания, договор (в двух экземплярах), индивидуальное задание (при наличии), структуру отчёта, определяющее деятельность обучающегося во время прохождения практики, осуществляет контроль за ходом и результатами практики.

Отвечают за безопасность и деятельность обучающегося на рабочем месте руководители практики от Организации. Они организуют и контролируют в соответствии с программой практики процесс ее прохождения, создают необходимые условия для получения и закрепления студентами знаний по специальности в период прохождения практики, **проверяют дневники, по окончании практики составляют характеристику на студента, заполняют аттестационные листы, ставят подпись и печати.**

На практике могут использоваться следующие организационные формы обучения:

- выполнение индивидуальных профессиональных заданий;
- индивидуальные и групповые консультации.

4. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ В ПЕРИОД ПРОХОЖДЕНИЯ ПРАКТИКИ

В период практики обучающийся обязан:

- подчиняться правилам внутреннего трудового распорядка организации,
- изучить и строго соблюдать правила пожарной безопасности, охраны труда и техники безопасности;
- находиться на рабочем месте не менее 6 часов ежедневно, кроме выходных и праздничных дней;
- вести дневник практики, готовить индивидуальное задание (при наличии) в соответствии с заданием руководителя;
- своевременно составить отчет о прохождении практики в соответствии с тематическим планом и требованиями;
- представить и защитить отчет по практике у руководителя в установленный период (для студентов-заочников – выслать отчет с комплектом документов по практике в установленные сроки);
- **предоставить аттестационный лист с подписью и печатью от Организации**;
- **предоставить характеристику с подписью и печатью от Организации**;
- проходить в установленном порядке аттестацию по итогам практики.

В период практики обучающийся имеет право:

- знакомиться и работать с технической документацией Организации, не являющейся коммерческой тайной;
- получить работу на месте прохождения практики, соответствующую целям и задачам практики;
- обращаться к руководителю от Колледжа за консультацией по всем вопросам, возникающим в ходе практики.

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

ВНИМАНИЕ!

В дневнике практики прописываются содержание работ из примерного тематического плана

В Дневнике записи ведутся *каждый день* или один этап работы можно распределить на два дня максимум, не более.

Желательно придерживаться тематических планов при прохождении практики и отразить это в дневнике, в котором, кроме проделанной работы непосредственно на практике, должна быть отражена работа и из этого плана. Сроки плана могут измениться на несколько часов в ту или другую строну, но в пределах основного срока прохождения практики. Если база практики не позволяет в точности работать по плану, то выполняете задания от Организации и разбираете вопросы по плану, при этом количество часов увеличиваете на какой-то другой этап. Но всё равно должны рассмотреть и описать вопросы плана. Например, Вы должны создавать таблицу базы данных, но по каким- то причинам Вы работаете в базе данных. Тогда запись в дневнике выглядит следующим образом: «Работа в базе данных. Рассмотрение вопроса создания таблиц в базе данных».

ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1.Тематический план производственной практики

Код ПК	Код и наименование профессиональных модулей	Количество часов по ПМ	Виды работ	Промежуточная аттестация в форме	Количество часов по видам работ
ПК 2.1-2.9	ПМ 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»	36	Ознакомление с торговым предприятием. Прохождение инструктажей.	Дифференцированный зачёт	2
			Финансовый анализ в коммерческих организация (на основе баланса)		4
			Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации. Анализ финансовых результатов деятельности предприятия		6
			Определение налогов организации. Расчет налогов организации.		6
			Провести анализ внутренней и		6

			внешней среды предприятия,		
			Провести оценку конкурентоспособности организации по выбранным показателям		6
			Разработать анкету для выявления спроса покупателей. Провести анкетирование по разработанной анкете, сделать вывод		4
			Подготовка и оформление дневника - отчета		2
	Всего часов	36			36

3.2. Содержание производственной практики

№ п/п	Индекс модуля, МДК	Виды работ	Темы	Содержание работ	Кол-во часов	Коды компетенций		Формы и методы контроля	Уровень освоения
						ОК	ПК		
1.	-	1. Ознакомление с торговым предприятием. 2. Изучение режима торгового предприятия. 3. Проведение инструктажа по охране труда, технике безопасности при выполнении работ и пожарной безопасности.	Ознакомление с торговым предприятием.	Знакомство с торговым предприятием	2	ОК 1 ОК 2 ОК 4		Индивидуальная или групповая форма контроля (если несколько человек на одной базе практике)	2
				Изучение режима работы торгового предприятия, графики работы по профессии менеджер по продажи		ОК 1 ОК 2 ОК 4			2
				Инструктаж по ТБ, Охране труда, пожарной безопасности		ОК 1 ОК 2 ОК 4			2
2.	МДК	1.Охарактеризовать	Финансовый	Характеристика	1	ОК 2	ПК 2.3	Индивидуа	3

	02.01	организационно-правовую форму предприятия	анализ в коммерческих организация (на основе баланса)	организационно – правовой формы предприятия		ОК 4 ОК 7 ОК 12		льная или групповая форма контроля (если несколько человек на одной базе практике)	
3.	МДК 02.02	2.Анализ ликвидности баланса 3.Общий показатель ликвидности и платёжеспособности		Расчет коэффициентов абсолютной, текущей и промежуточной ликвидности и их оценка	2	ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.9		2
4.	МДК 02.02			Показатели долгосрочной платёжеспособности и их оценка	1	ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.9		2
5.	МДК 02.02	Анализ розничного товарооборота. Расчет влияния факторов производительности труда и численности работников на изменение товарооборота. Расчет показателей эффективности использования основных фондов.	Комплексный анализ хозяйственной деятельности организации	Сравнительный анализ розничного товарооборота, показатели товарооборота.	1	ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.9	Индивидуальная или групповая форма контроля (если несколько человек на одной базе практике)	3
6.	МДК 02.02			Расчет влияния факторов производительности труда методом цепных подстановок	1	ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.9		2
7.	МДК 02.02			Анализ эффективности использования основных средств методом цепных подстановок	1	ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.9		2
8.	МДК 02.02	Анализ фондорентабельности основных производственных средств. Сравнительный и факторный анализ рентабельности	Анализ финансовых результатов деятельности предприятия	Расчет фондорентабености и ее влияние на объем производства	1	ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.9	Индивидуальная или групповая форма контроля (если несколько человек на одной базе	2
9.	МДК 02.02			Расчет рентабельности системы показателей	1	ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.3 ПК 2.4 ПК 2.9		2
10.	МДК 02.02			Расчет и сравнительный анализ коэффициентов рентабельности по	1	ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.1 ПК 2.3 ПК 2.4		2

				основным показателям предприятия.			ПК 2.9	практике)	
11.	МДК 02.01	Произвести расчёты - налог на имущество организаций -налога на доходы физических лиц из заработной платы. -ЕНВД	Определение налогов организации. Расчет налогов организации.	Описать применяемую налоговую систему: порядок уплаты основных видов налогов; функции налоговой системы;	2	ОК 1 ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.4	Индивидуальная или групповая форма контроля (если несколько человек на одной базе практике)	2
12.	МДК 02.01			по определению налогооблагаемой базы (оборота).	2	ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.4		2
13.	МДК 02.01			освоить методику расчётов основных видов налогов НДФЛ,ЕНВД и т.д	2	ОК 3 ОК 4 ОК 7 ОК 12	ПК 2.1 ПК 2.2 ПК 2.4		3
14.	МДК 02.03	- провести анализ внутренней среды предприятия, факторы, влияющие на внутреннюю и внутреннюю среду предприятии. -провести анализ внешней среды предприятия, факторы, влияющие на внешнюю среду предприятия.	Провести анализ внутренней и внешней среды предприятия,	Анализ внутренней среды предприятия и факторов влияющих на нее	2	ОК 1 ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8	Индивидуальная или групповая форма контроля (если несколько человек на одной базе практике)	2
15.	МДК 02.03			Анализ внешней среды предприятия и факторов влияющих на нее	2	ОК 1 ОК 2 ОК 4 ОК 7	ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8		2
16.	МДК 02.03			Выводы по проведенным анализам и оформление расчетов	2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 7	ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8		3

17.	МДК 02.03	Провести оценку конкурентоспособности организации по выбранным показателям	Провести оценку конкурентоспособности организации по выбранным показателям	Оценка конкурентоспособности по выбранным показателям	6	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 7	ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8	Индивидуальная или групповая форма контроля (если несколько человек на одной базе практике)	3
18.	МДК 02.03	Разработать анкету для выявления спроса покупателей. Провести анкетирование по разработанной анкете, сделать вывод	Анкетирование потребителей	Разработка анкеты для выявления спроса покупателей	1	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 7	ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8	Индивидуальная или групповая форма контроля (если несколько человек на одной базе практике)	3
				Анкетирование по разработанной анкете	1	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 7 ОК 10	ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8		3
				Вывод по проведенному анкетированию и оформление результатов	2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 7 ОК 12	ПК 2.5 ПК 2.6 ПК 2.7 ПК 2.8		3
19.	МДК 02.01, 02.02, 02.03.	Подготовка и оформление дневника - отчета	Оформление дневника – отчета. Зачет	Оформление и заполнение всех пунктов дневника - отчета	2	ОК 1 ОК 2 ОК 3 ОК 7 ОК 12		Индивидуальная или групповая форма контроля (если несколько	3

								человек на одной базе практике)	
20.	ИТОГО				36				

При прохождении практики можно выделить три этапа: подготовительный, рабочий и итоговый.

Подготовительный этап производственной практики предполагает: планирование видов работ, которые необходимо выполнить во время практики. Студенту необходимо:

- получить индивидуальное задание от руководителя практики (приложение А);
- самостоятельно изучить и проанализировать задания производственной практики;
- проконсультироваться с руководителем практики по вопросам, связанным с выполнением индивидуального задания.

Результатом подготовительного этапа является четкое представление студента о процессе прохождения производственной практики. Рабочий этап непосредственно связан с осуществлением программы практики и выполнением индивидуального задания (вариант утверждается руководителем практики).По окончании прохождения практики на предприятии руководитель практики дает характеристику работы студента, визирует и ставит печати на документах, необходимых для отчета.

- дневник прохождения практики (Приложение Б);
- дневник работы студента (Приложение В);
- аттестационный лист (Приложение Г);
- характеристика (Приложение Д);
- титульный лист отчета(Приложение Е);
- отчет обучающегося;
- для работающих по специальности студентов заочной формы обучения предоставляется справка с места работы и тогда отчет не предоставляется (Приложение Ж). Но при условии, что профессиональные функции соответствуют функциям профессионального модуля.

Итоговый этап включает в себя подготовку отчета о практике.

Отчет, оформленный согласно требованиям, сдается руководителю практики, от колледжа.

Руководитель практики на основании проверки отчета, выставляет итоговую оценку по практике.

Студент должен знать:

— 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;

— 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;

— методы изучения рынка, анализа окружающей среды;

— конкурентную среду, виды конкуренции, показатели оценки конкурентоспособности;

— 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.

Студент должен уметь:

— составлять финансовые документы и отчёты;

— осуществлять денежные расчёты;

— пользоваться нормативными документами в области налогообложения,

регулирующими механизм и порядок налогообложения;

— рассчитывать основные налоги;

— анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;

— применять методы и приёмы 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.

4. АТТЕСТАЦИЯ ПО ИТОГАМ ПРАКТИКИ

1. По результатам производственной практики руководителями практики от Организации и от образовательной организации формируется аттестационный лист (Приложение В), содержащий сведения об уровне освоения обучающимся профессиональных компетенций, а также характеристика на обучающегося по освоению профессиональных компетенций в период прохождения практики.

2. Аттестация по итогам практики осуществляется с учетом результатов, подтверждаемых дневниками-отчетами, отчетами, аттестационными листами.

3. Практика завершается дифференцированным зачётом при условии:

4. положительного аттестационного листа по практике руководителя практики об уровне освоения профессиональных компетенций;

5. наличия положительной характеристики руководителя на обучающегося по освоению общих компетенций в период прохождения практики;

6. полноты и своевременности представления дневника практики и отчета о практике в соответствии с заданием на практику.

7. В период прохождения практики обучающимся ведется дневник-отчёт практики. По результатам практики обучающимся составляется отчет.

Структура отчета.

1. Титульный лист. Вверху пишется полное название образовательного учреждения. В центре – «Отчет о прохождении производственной практики. Ниже, с правой стороны, приводятся данные об исполнителе работы (курс, специальность, группа, ФИО студента и ФИО руководителя). Внизу указывается место нахождения образовательного учреждения и год написания отчета. Номер страницы на титульном листе не проставляется. (Приложение Г)

2. Содержание. Печатается на втором листе и отражает структуру отчета.

3. Введение. Включает в себя цель, задачи производственной практики и описание видов работ, которые выполнял обучающийся.

4. Основная часть. Представляет собой интегрированное описание выполнения заданий, выданных на учебную практику обучающемуся в рамках формирования компетенций. Данный материал должен быть проиллюстрирован приложениями в конце отчета. Ссылки на номера приложений в тексте раздела обязательны.

5. Заключение. Включает в себя выводы студента, и его личностную характеристику процесса прохождения практики; приобретенные умения и навыки в профессиональной деятельности.

6. Библиографический список. Содержит научную, справочную литературу и профессиональные издания, которые были использованы при прохождении практики.

7. Приложения. Представляют собой материалы, иллюстрирующие результаты работы практиканта (тексты документов, заполненные бланки, и т.п.). Все документы, оформленные (заполненные) практикантом, должны быть заверены подписью руководителя практики.

8. Результаты аттестации по итогам практики заносятся руководителями практики от колледжа в аттестационную ведомость и зачетную книжку обучающегося.

9. Оценка производственной практики учитывается при подведении итогов общей успеваемости обучающегося.

10. Обучающиеся, не выполнившие без уважительной причины требования программы практики и получившие отрицательную оценку, не допускаются к сдаче экзамена по модулю предусмотренного программой профессионального модуля ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности».

6.ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ ОТЧЕТА ПО ПРАКТИКЕ

Письменная работа выполняется печатным способом с использованием компьютера (текстовый редактор Microsoft Word) и принтера на белой бумаге стандартного формата А4 (размером 297х210 мм) на одной стороне листа.

Каждая страница текста, включая иллюстрации и приложения, нумеруется арабскими цифрами, кроме титульного листа и содержания, по порядку без пропусков и повторений.

Номера страниц проставляются, начиная с введения (третья страница), справа нижней части листа без точки.

Листы сшиваются в папке-скоросшивателе.

Текст работы следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое – 15 мм, верхнее и нижнее – 20 мм, левое – 30 мм.

Рекомендуемым типом шрифта является Times New Roman, размер которого 14 pt (пунктов) (на рисунках и в таблицах допускается применение более мелкого размера шрифта, но не менее 12 pt).

Текст печатается через 1,5-ый интервал, красная строка – 1,25 см.

Цвет шрифта должен быть черным, необходимо соблюдать равномерную плотность, контрастность и четкость изображения по всей работе. Разрешается использовать компьютерные возможности акцентирования внимания на определенных терминах и формулах, применяя курсив, полужирный шрифт не применяется.

Опечатки, описки и графические неточности, обнаруженные в процессе подготовки работы, допускается исправлять подчисткой или закрашиванием белой краской и нанесением на том же месте исправленного текста (графики) машинописным способом или черными чернилами, пастой или тушью – рукописным способом.

Повреждения листов работы, помарки и следы не полностью удаленного прежнего текста (графики) не допускаются.

7.ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Нормативно-правовые акты

1. «Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая)» от 26.01.1996 N 14-ФЗ(ред. от 28.03.2017)

2. «Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая и вторая)» 31 июля 1998 года N 146-ФЗ (с изменениями и дополнениями вступивших в силу с 01.01.2018 года)

Научная литература:

3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для среднего профессионального образования / С. Г. Божук. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 304 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-09653-8.

4. Вишнякова, Ю. А. Социальный маркетинг. Инклюзивные формы : учебное пособие для вузов / Ю. А. Вишнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12509-2.

5. Галицкий, Е. Б. Маркетинговые исследования. Теория и практика : учебник для вузов / Е. Б. Галицкий, Е. Г. Галицкая. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 570 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3225-6.

6. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 474 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3749-7

7. Григорьев, М. Н. Маркетинг : учебник для вузов / М. Н. Григорьев. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 559 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05818-5.

8. Диденко, Н. И. Международный маркетинг. Практика : учебник для вузов / Н. И. Диденко, Д. Ф. Скрипнюк. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 406 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9796-5. —

9. Жабина, С. Б. Маркетинг продукции и услуг. Общественное питание : учебное пособие для вузов / С. Б. Жабина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 264 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05141-4.

10. Жилкина, А. Н. Финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / А. Н. Жилкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 285 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-02401-2.

11. Казакова, Н. А. Анализ финансовой отчетности. Консолидированный бизнес : учебник для вузов / Н. А. Казакова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 233 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10602-2.

12. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга : учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова ; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 170 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08407-8.

13. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ : учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05189-6.

14. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика : учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-2661-3.

15. Карпова, С. В. Основы маркетинга : учебник для среднего профессионального образования / С. В. Карпова ; под общей редакцией

С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 408 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-08748-2.

16. Ключников, И. К. Финансы. Сценарии развития : учебник для вузов / И. К. Ключников, О. А. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 206 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8768-3.

17. Комплексный анализ хозяйственной деятельности : учебник и практикум для вузов / В. И. Бариленко [и др.] ; под редакцией В. И. Бариленко. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 455 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00713-8.

18. Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0.

19. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебник для бакалавров / А. В. Коротков. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 595 с. — (Бакалавр. Академический курс).

20. Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для среднего профессионального образования / А. В. Коротков. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 224 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-9916-9651-7.

21. Крохина, Ю. А. Налоговое право : учебник для среднего профессионального образования / Ю. А. Крохина. — 9-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 464 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13849-8.

22. Кузьмина, Е. Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина ; под общей редакцией Е. Е. Кузьминой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 250 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04475-1.

23. Кузьмина, Е. Е. Комплексный анализ хозяйственной деятельности. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина, Л. П. Кузьмина ; под общей редакцией Е. Е. Кузьминой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 225 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-9203-8.

24. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13841-2.

25. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Е. Е. Кузьмина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 419 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13984-6.

26. Кулагина, Н. А. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Практикум : учебное пособие для вузов / Н. А. Кулагина. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 135 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07835-0.

27. Лыкова, Л. Н. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Л. Н. Лыкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 376 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12488-0.

28. Лыкова, Л. Н. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для вузов / Л. Н. Лыкова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 376 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12015-8.

29. Малис, Н. И. Налоговый учет и отчетность : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Н. И. Малис, Л. П. Грундел, А. С. Зинягина ; под редакцией Н. И. Малис. — 3-е изд.,

перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 407 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-11322-8.

30. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности : учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой, С. В. Мхитаряна. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 396 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14869-5.

31. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Л. А. Данченок [и др.] ; под редакцией Л. А. Данченок. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 486 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01560-7.

32. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01478-5

33. Маркетинг : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под редакцией Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 370 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9.

34. Маркетинг. Практикум : учебное пособие для вузов / С. В. Карпова [и др.] ; под общей редакцией С. В. Карповой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8852-9

35. Михайленко, М. Н. Финансовые рынки и институты : учебник и практикум для среднего профессионального образования / М. Н. Михайленко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 336 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-00927-9.

36. Мишле, Е. В. Налоговое право. Региональные и местные налоги и сборы : учебное пособие для среднего профессионального образования /

Е. В. Мишле. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 172 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14320-1.

37. Налоги и налоговая система Российской Федерации : учебник и практикум для вузов / Л. И. Гончаренко [и др.] ; ответственный редактор Л. И. Гончаренко. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 470 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08916-5.

38. Налоги и налогообложение : учебник для вузов / Л. Я. Маршавина [и др.] ; под редакцией Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 510 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12659-4.

39. Налоги и налогообложение : учебник для среднего профессионального образования / Л. Я. Маршавина [и др.] ; под редакцией Л. Я. Маршавиной, Л. А. Чайковской. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 510 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-13743-9.

40. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для вузов / Г. Б. Поляк [и др.] ; ответственный редактор Г. Б. Поляк, Е. Е. Смирнова. — 4-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 380 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14018-7.

41. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для вузов / Д. Г. Черник [и др.] ; под редакцией Д. Г. Черника, Ю. Д. Шмелева. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 450 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11622-9.

42. Налоги и налогообложение : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Г. Б. Поляк [и др.] ; ответственный редактор Г. Б. Поляк, Е. Е. Смирнова. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 380 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-14544-1.

43. Толпегина, О. А. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности : учебник и практикум для вузов / О. А. Толпегина. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 610 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14212-9.

44. Финансы организаций: управление финансовыми рисками : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. П. Хоминич [и др.] ; под редакцией И. П. Хоминич, И. В. Пещанской. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 345 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06790-3.

45. Финансы : учебник для вузов / Т. П. Беляева [и др.] ; под редакцией Н. Г. Ивановой. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 449 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13894-8.

46. Финансы : учебник и практикум для вузов / Л. А. Чалдаева [и др.] ; под редакцией Л. А. Чалдаевой. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 491 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13954-9.

47. Финансы : учебник и практикум для вузов / Н. И. Берзон [и др.] ; под общей редакцией Н. И. Берзона. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 498 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01172-2.

48. Шадрина, Г. В. Управленческий и финансовый анализ : учебник и практикум для вузов / Г. В. Шадрина. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 316 с. — (Высшее образование).

Интернет-источники

49. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»: www.consultant.ru

50. Справочно-правовая система «Гарант»: www.garant.park.ru

51.Электронный ресурс Министерства финансов РФ. - Режим доступа: www.minfin.ru

52. Энциклопедия Режим доступа: www.marketing.spb.ru/

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация«Сибирская региональная школа бизнеса (колледж)»

СОГЛАСОВАНО
_____
(должность руководителя практики от организации)
_____/ /
(подпись)
«_____»_____202 г.

М.П.

УТВЕРЖДАЮ
Заместитель директора
_____/В.В. Швыдко/
«_____»_____20 г.

ЗАДАНИЕ
на производственную практику (по профилю специальности)
по ПМ. 02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

Студенту_____ группа _____
(фамилия, имя, отчество)

1. Руководитель практики: _____
Контактный телефон руководителя: 68-00-77
e-mail руководителя:
Срок прохождения учебной практики (по профилю специальности):
с «___»_____по «___»_____20___ г.
2. Место прохождения учебной практики (по профилю специальности)
_____
3. Производственная практика направлена на формирование у обучающихся практических профессиональных умений, приобретение практического опыта:
- 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.
4. Целями производственной практики по специальности среднего профессионального образования базовой подготовки 38.02.04 Коммерция (по отраслям) являются:
- составление финансовых документов и отчетов;
- осуществление денежных расчетов;
- пользование нормативными правовыми актами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- расчет основных налогов;
- анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;

- применение методов и приемов финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
- выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
- обеспечение распределения через каналы сбыта и продвижения товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
- проведение маркетингового исследования рынка;
- оценить конкурентоспособность товаров.

5. Задачами производственной практики (по профилю специальности) являются:

- овладение обучающимися профессиональной деятельностью по специальности в соответствии с видом деятельности указанным в ФГОС СПО по специальности;
- закрепление, расширение, углубление и систематизация знаний, полученных при изучении специальных дисциплин и междисциплинарных курсов, на основе изучения деятельности конкретной организации;
- приобретение практического опыта, развитие профессионального мышления;
- формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций.

6. Задания на производственную практику (по профилю специальности):

1. Ознакомление с торговым предприятием.

– Изучить режим работы предприятия;
– Пройти инструктаж по технике безопасности, охране труда и пожарной безопасности. (приложить копии инструкции)

2 ***Охарактеризовать организационно-правовую форму предприятия (1-3 листа)***

– Дать описание организационно – правовой формы хозяйствования;
– Описать ее достоинства и недостатки, преимущества перед другими формами;

3 ***Анализ ликвидности баланса***

– Описать назначение и задачи анализа ликвидности баланса
– Произвести анализ ликвидности баланса в таблице приложение 1
– Написать вывод по произведенным расчетам

4 ***Общий показатель ликвидности и платёжеспособности***

– Описать назначение и задачи анализа ликвидности и платежеспособности
– Произвести анализ ликвидности и платежеспособности в таблице приложение 2
– Написать вывод по произведенным расчетам

5 ***Расчет влияния факторов производительности труда и численности работников на изменение товарооборота.***

– Описать влияние факторов производительности труда и численности на объем
– Произвести анализ в таблице приложение 3
– Написать вывод по произведенным расчетам

6 ***Расчет показателей эффективности использования основных фондов.***

– Описать влияние факторов среднегодовой стоимости основных средств и фондоотдачи на объем
– Произвести анализ в таблице приложение 4
– Написать вывод по произведенным расчетам

7 ***Сравнительный и факторный анализ рентабельности***

– Описать назначение и задачи факторного и сравнительно анализа рентабельности
– Произвести анализ в таблице приложение 5
– Написать вывод по произведенным расчетам

8 ***Анализ фондорентабельности основных производственных средств.***

– Описать назначение и задачи анализа фондорентабельности основных производственных средства
– Произвести анализ в таблице приложение 6
– Написать вывод по произведенным расчетам

9 ***Произвести расчёты следующих налогов (при условии, что они уплачиваются предприятием), можно предоставить виде налоговых декларации***

- налог на имущество организаций
-налога на доходы физических лиц из заработной платы.
-ЕНВД

В зависимости от типа системы налогообложения применяемой на предприятии, выше перечисленные налоги могут не рассчитываться на предприятия, тогда студент предоставляет те налоги которые уплачиваются на предприятии (например ЕНВД или УСН)

9. Провести анализ внутренней среды предприятия, факторы, влияющие на внутреннюю среду предприятии.

- описать компоненты внутренней среды предприятия в следующей таблице приложение 7
- описать факторы, влияющие на внутреннюю среду предприятия в таблице приложение 8
- анализ внутренней среды предприятия по показателям в таблице приложение 9

10.Провести анализ внешней среды предприятия, факторы, влияющие на внешнюю среду предприятия.

- Описать составляющие внешней среды предприятия пример оформления в т приложении 10
- Описать факторы, влияющие на внешнюю среду предприятия приложение 11
- Провести анализ внешней среды предприятия пример оформления приложение 12

11. Провести оценку конкурентоспособности организации по выбранным показателям пример оформления представлен в приложении 13

12. Разработать анкету для выявления спроса покупателей. Провести анкетирование по разработанной анкете.

- На примере товара, реализуемого Вашим предприятием, составьте анкету для выявления спроса и предпочтений потребителей данного товара.
- Проведите анкетирование по разработанной Вами анкете на предприятии среди покупателей товаров
- Представить результаты анкетирования и сделать вывод.Результаты анкетирования по каждому вопросу следует представить в как в приложение 14
- Сделать общий вывод по результатам исследования.

1.Выводы по каждому разделу объедините в один большой вывод.
2.Напишите рекомендации в соответствии с полученными выводами.

Дата выдачи задания: «___»_____20___ г

Руководитель _____
_____ Задание принял к исполнению:_____
(подпись) (дата, подпись студента)

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Анализ ликвидности баланса предприятия ….. за 20_____год

АКТИВ	На 20 г.	На 20 г.	ПАССИВ	На 20 г.	На 20 г.	Платежный излишек или недостаток (+;-)	
						20 г	20 г.
Наиболее ликвидные активы (А1)			Наиболее срочные обязательства (П1)				
Быстрореализуемые активы (А2)			Краткосрочные пассивы (П2)				
Медленно реализуемые активы (А3)			Долгосрочные пассивы (П3)				
Труднореализуемые активы (А4)			Постоянные пассивы (П4)				
БАЛАНС			БАЛАНС				

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Анализ ликвидности и платежеспособности предприятия ….. за 20_____год

Показатели	20г	20г	Изменение	Оптимальные значения показателей
Коэффициент текущей ликвидности ($К_{тл}$)				От 1 до 2
Коэффициент промежуточной ликвидности ($К_{пл}$)				≥ 0,1
Коэффициент абсолютной ликвидности ($К_{в.л.}$)				≥ 1
Общий показатель ликвидности ($К_{ол}$)				>1
Коэффициент восстановления платежеспособности ($К_{вп}$)				>1
Коэффициент утраты платежеспособности ($К_{уп}$)				>1

ПРИЛОЖЕНИ 3

Расчет влияния факторов производительности труда и численности работников на изменение товарооборота предприятия ….. за 20_____год

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонения (+/-)
1	2	3	4
1 Среднесписочная численность, чел			
2 Производительность труда, руб. (п3:п1)			
3 Объем реализации, т. руб.			
в том числе за счет изменений а) среднесписочной численности			
б) производительности труда			

ПРИЛОЖЕНИ 4

Анализ эффективности использования основных средств предприятия ….. за 20____год

Показатели	Предыдущий год	Отчетный год	Отклонения (+/-)
1	2	3	4
1 Среднегодовая стоимость основных средств, т. руб.			
2 Фондоотдача, руб. (п3:п1)			
3 Объем реализации, т. руб.			
в том числе за счет изменений а) среднегодовой стоимости основных средств			
б) фондоотдачи			

ПРИЛОЖЕНИЕ 5

Факторный анализ рентабельности предприятия ….. за 20_____год

Показатель, тыс. руб.	20 г.	20 г.	20 г.
Исходные данные			
1. Прибыль от реализации, P			
2. Выручка от продаж, N			
3. Полная себестоимость реализованной продукции, S			
4. Средние остатки запасов включая НДС, Q			
5. Средние остатки оборотных активов, OA			
6. Средние остатки активов, A			
Расчетные данные – факторы			
7. Выручка на 1 руб. себестоимости, п.2 : п.3 (X)			
8. Доля оборотных активов в формировании активов, п.5 : п.6 (У)			
9. Доля запасов в формировании оборотных активов, п.4 : п.5 (Z)			
10. Оборачиваемость запасов в оборотах, п.3 : п.4 (L)			
11. Рентабельность активов, Ra			
12. Изменение рентабельности активов к переменной базе	X		
Оценка влияния факторов на изменение рентабельности активов			
13. Выручка на 1 руб. себестоимости, X	X		
14. Доля оборотных активов в формировании активов, У	X		
15. Доля запасов в формировании оборотных активов, Z	X		
16. Оборачиваемость запасов в оборотах, L	X		
Совокупное влияние всех факторов	X		

ПРИЛОЖЕНИЕ 6

Анализ фондорентабельности основных производственных средств
предприятия ….. за 20_____год

Показатели	Предыдущий год	Условный показатель	Отчетный год	Отклонения (+ / -)
1	2	3	4	5
1 фондоотдача, руб.		X		
2Ретабельность продаж, %		X		
3 Фондорентабельность, %				
в т. ч. за счет изменений: (методом цепных подстановок)				
а) Фондоотдачи				
б)Рентабельности продаж				

ПРИЛОЖЕНИЕ 7

Компоненты внутренней среды предприятия

Компоненты внутренней среды	Описание компонентов внутренней среды
Персонал	*Описать состав сотрудников предприятия согласно штатного расписания*
Капитал	*Описать состав финансовых средств предприятия: собственных и заемных*
Управление	*Описать структуру управления*
Маркетинг	*Описать средства маркетинга применяемые на предприятии*
Организационная культура	*Опишите, основные элементы организационной культуры предприятия*

ПРИЛОЖЕНИЕ 8

Из приведенного ниже перечня составляющих факторов внутренней среды (а так же добавить свои в зависимости от вида деятельности предприятия) предприятия……. соотнести и заполнить таблицу:

Внутренняя среда	
Маркетинг	1 2 3 …
Финансы	1 2 3 …
Производство (организация продаж, оказания услуг)	1 2 3 …
Организация	1 2 3 …

Организационная структура
Квалификация персонала
Формы контроля
Уровень НИОКР (Научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы)
Состояние производственных мощностей
Возможность своевременных поставок
Качество оборудования
Производственные издержки
Резервы производственных мощностей
Использование современных технологий
Уровень прибыльности
Финансовая стабильность
Цена акций
Качество продукции
Ассортимент
Рыночная доля
Эффективность продвижения
Известность марки
Сервис для клиентов
Эффективность работы сбытовиков
Имидж организации

ПРИЛОЖЕНИЕ 9

Анализ внутренней среды предприятия …….по показателям

№	Показатель	2017 год	2018 год	Абсолютное отклонение, +/-	Темп роста, %
1	Среднесписочная численность работников, чел. *(итого штатное расписание)*				
2	Количество принятых, чел.				
3	Количество уволенных, чел.				
4	Коэффициент текучести кадров *(стр.3/стр.1)*				
5	Сумма заемных средств, тыс.руб. *(подзадание 5)*				
6	Сумма собственных средств, тыс.руб. *(подзадание 5)*				
7	Соотношение собственных и заемных средств предприятия *(стр.5/стр.6)*				
8	Чистая прибыль, тыс.руб. *(отчет о финансовых результатах)*				
9	Выручка от реализации, тыс.руб. *(отчет о финансовых результатах)*				
10	Производительность труда работника, тыс.руб. *(стр.9/стр.1)*				
11	Затраты на маркетинг, тыс.руб. *(подзадание 8)*				
12	Соотношение затрат на маркетинг и выручки от реализации *(стр.11/стр.9)*				

ПРИЛОЖЕНИЕ 10

1.Дать определения следующим терминам:

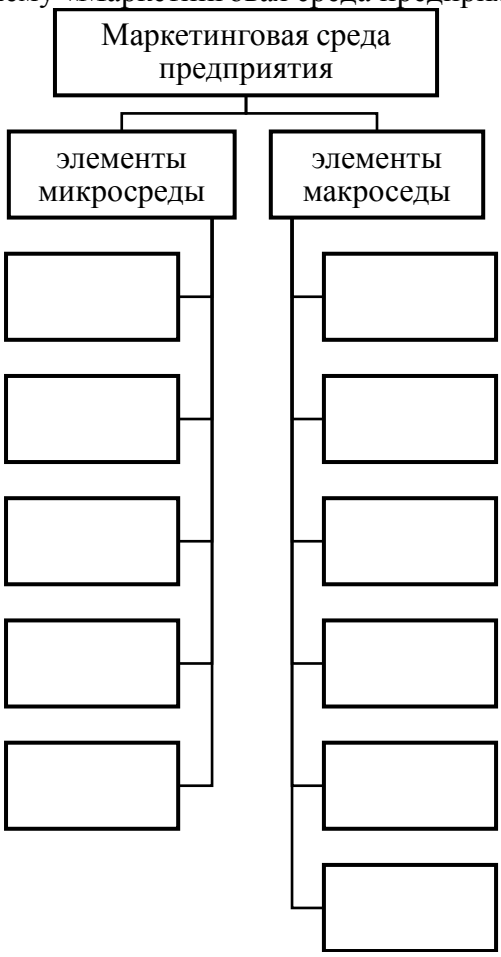
Маркетинговая среда фирмы – это …

Поставщики – это …

Посредники– это …

Конкуренты – это …

2.Заполните блок схему «Маркетинговая среда предприятия…….»



ПРИЛОЖЕНИЕ 11

Из приведенного ниже перечня составляющих макрофакторов внешней среды предприятия соотнести и заполнить таблицу:

ФАКТОРЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ (макрофакторы)	
Демографические факторы	1 2 3
Социально-экономические факторы	1 2 3 …
Природные факторы	1 2 3 …
Политические факторы	1 2 3 …
Технологические факторы	1 2 3 …
Культурные факторы	1 2 3 …

Численность населения
Структура населения
Миграция
Естественный прирост / убыль населения
Уровень занятости
Доходы населения
Потребительские расходы
Уровень инфляции
Валютные курсы
Наличие природных ресурсов
Климатические условия
Наличие природоохранных организаций
Законы и правила, относящиеся к данной отрасли
Налоговая политика
Контроль за качеством товаров
Контроль за порядком торговли
Юридическая защищенность потребителя
Юридическая защищенность бизнеса
Информационные технологии
Потенциальные возможности создания инновационного продукта
Совершенствование технологии
Культурные различия
Образовательные ценности
Традиции

Вопросы этики

ПРИЛОЖЕНИЕ 12

1.Для анализа внешней среды предприятия…….. проведите SWOT-анализ

Матрица SWOT-анализа

	Возможности 1 2 …	**Угрозы** 1 2 …
Сильные стороны 1 2 3 …	Поле СИВ	Поле СИУ
Слабые стороны 1 2 …	Поле СЛВ	Поле СЛУ

2) На пересечении блоков в образовавшихся полях необходимо выбрать парные комбинации, которые будут учтены руководством гостиницы при разработке стратегии:

Поле “СИВ” - Что делать?

Поле “СЛВ” - Что развивать?

Поле “СИУ” - С чем бороться?

Поле “СЛУ” - Что исключить?

Для пар поля «СИВ» разрабатывается стратегия по использованию сильных сторон с использованием возможностей, полученных из внешней среды.

Для пар поля «СЛВ» стратегия предусматривает использование возможностей среды для преодоления слабых сторон организации.

Для пар поля «СИУ» стратегия предполагает использование сильных сторон для нейтрализации угроз.

Для пар поля «СЛУ» разрабатывается стратегия, позволяющая устранить слабые стороны и попытаться предотвратить угрозу.

ПРИЛОЖЕНИ 13

Провести оценку конкурентоспособности предприятия.

Необходимо провести оценку конкурентоспособности предприятия с помощью интегрального показателя конкурентоспособности.

Пример:

Сводный индекс конкурентоспособности по экономическим параметрам определяют по формуле:

$$J_n = a_i * j_i, \quad \text{где} \qquad (1)$$

n – число анализируемых количественных параметров; a_i– вес i-го параметрического индекса; j_i– параметрический индекс i-го параметра.

Для этого необходимо:

–Формирование основных параметров, по которым будет оцениваться конкурентоспособность исследуемого товара.

–Разбиение параметров на уровни конкурентоспособности. 4-х бальная шкала - от «0» (плохой признак) до «3» (признак отлично выражен).

–Построение матрицы-таблицы «Параметры * Уровни» и по ней оценивается исследуемый продукт.

–Расчет общего индекса конкурентоспособности J_n (как среднеарифметическое различных показателей).

–Оценка конкурентоспособность товара в соответствии с интервалами (по итоговым показателям индекса конкурентоспособности J_n):

3,00 – 2,26: очень высокая конкурентоспособность фирмы;

2,25 – 1,51: высокая конкурентоспособность фирмы;

1,50 – 0,76: средняя конкурентоспособность фирмы;

0,75 – 0,00: низкая конкурентоспособность фирмы.

Основными параметрами оценки конкурентоспособности рассматриваемых предприятий являются следующие: цена; качество продукции; стаж работы на рынке; уровень квалификации персонала; рекламная стратегия. Данные параметры оцениваются по четырех-бальной шкале с четырьмя уровнями оценки предприятий.

Оценку проводили путем экспертной оценки.

Эксперт – директор ООО «Ромашка» (на практике ВЫ).

Таблица 1

Матрица оценки предприятий

№ п/п	Параметры оцениваемого предприятия	Уровни оценки магазинов			
		0 (неудовлет-ворительно)	1 (удовлетво-рительно)	2 (хорошо)	3 (отлично)
1	Цена	Очень высокая	Высокая цена	Средняя цена	Низкая цена
2	Качество продукции	Производители не известны	Производители не известны и частично известны	Хорошее качество продукции. Проверенные производители	Отличное качество продукции. Только известные брендовые произво-дители
3	Стажа работы на рынке	Фирма только что создана, ее пока почти никто не знает	Достаточно новая, недавно созданная фирма, малоизвестная на рынке	Средний стаж работы (3-5 лет). Уже достаточно известная фирма	«Ветеран» рынка. Стаж работы около 10 лет. Очень известная фирма
4	Уровень квалификации персонала	Очень низкий уровень квалификации. Персонал почти не	Низкий уровень квалификации. Могут консультировать только по узкому кругу	Хороший уровень квалификации. Консульти-руют по многим	Могут ответить практически на любой вопрос. Не вводят

		консультирует клиентов, а только оформляет покупки.	вопросов и часто вводят клиента в заблуждение. Много времени уходит обслуживание	вопросам и качественно и быстро обслуживают	клиента в заблуждение. Быстро и качественно обслужи-вают
5	Рекламная стратегия	Реклама только в печатных СМИ, т.к. у совсем молодой фирмы пока нет средств на рекламу в электронных СМИ	Практически отсутствует реклама. Иногда можно встретить рекламу в электронных и печатных СМИ	Реклама довольно часто показывается в электронным и печатных СМИ.	Очень мощная рекламная стратегия. Реклама встречается очень часто и во всех СМИ

Для рассматриваемых предприятий анализ показателей конкурентоспособности показал следующие данные, представленные в таблице 2.

Таблица 2

Уровни оценки магазинов по продаже одежды

Показатели	Наименования фирм-конкурентов			
	Бутик «**Правила сезона**»	Бутик «**Y`N`G**»	Магазины, расположенные в ТК «Флагман»	ООО «Ромашка»
Цена	0	2	1	2
Качество продукции	3	3	3	2
Стаж работы на рынке	2	2	2	2
Уровень квалификации персонала	3	3	3	1
Рекламная стратегия	2	2	2	0

Далее рассчитаем общие индексы конкурентоспособности предприятий:

–Общий индекс конкурентоспособности для Бутика «**Правила сезона»** составляет: J_n = (0+3+2+3+2)/5 = 2,0.

–Общий индекс конкурентоспособности для Бутика «**Y`N`G**» составляет: J_n = (2+3+2+3+2)/5 = 2,4.

–Общий индекс конкурентоспособности для магазинов, расположенных в ТК «Флагман» составляет: J_n = (1+3+2+3+2)/5 = 2,2.

–Общий индекс конкурентоспособности для ООО «Ромашка» составляет: J_n = (2+2+2+1+0)/5 = 1,6.

Представим полученные индексы в таблице 3.

Таблица 3

Индексы конкурентоспособности магазинов по продаже одежды

Наименование предприятия	Общий индекс конкурентоспособности
Бутик «**Правила сезона**»	2,0
Бутик «**Y`N`G**»	2,4
Магазины, расположенные в ТК «Флагман»	2,2
ООО «Ромашка»	1,6

Следовательно, в соответствии с приведенной выше шкалой конкурентоспособности проведенные расчеты означают, что ООО «Ромашка» обладает не достаточно высокой конкурентоспособностью, поэтому необходимо разрабатывать мероприятия, способствующие улучшению конкурентного положения ООО «Ромашка». Из анализа видно, что наименьшим баллом оценили фактор рекламная стратегия, поэтому необходимо проведение рекламной компании.

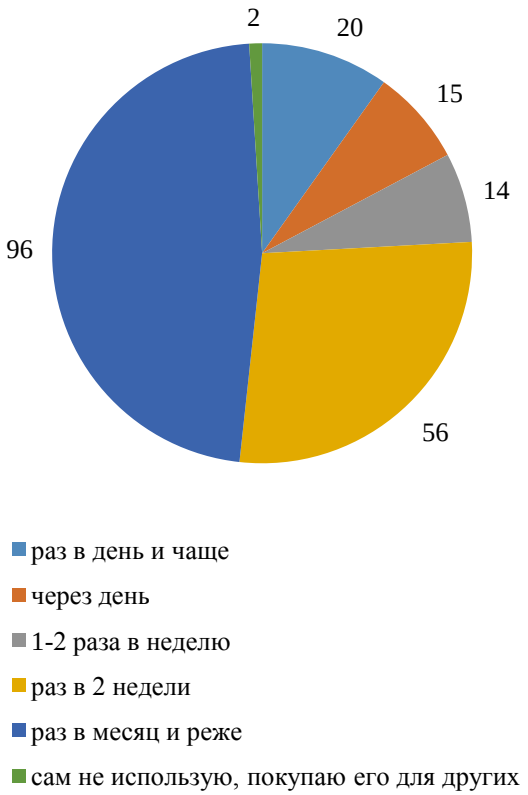
ПРИЛОЖЕНИ 14

Представить результаты анкетирования и сделать вывод. Результаты анкетирования по каждому вопросу следует представить в следующем виде:

Пример:

Результаты ответа на вопрос:

3. Как часто Вы приобретаете _____(товар)?



Таким образом, можно сделать вывод, что большинство опрошенных приобретают ____ (товар) раз в месяц и реже.

- Сделать общий вывод по результатам исследования.

1.Выводы по каждому разделу объедините в один большой вывод.

2.Напишите рекомендации в соответствии с полученными выводами.

Пример:

1.Для увеличения выручки провести промо-акцию в период с _____ по _____.

2.Для повышения конкурентоспособности предприятия необходимо провести тренинг для продавцов по повышению качества обслуживания.

и т.д.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

АНПОО «СИБИРСКАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯШКОЛА БИЗНЕСА (КОЛЛЕДЖ)»

ДНЕВНИК
прохождения практики

_____

вид практики

Студента_____
фамилия, имя, отчество

Специальность_____

Группа_____

Место прохождения практики_____
(наименование организации по уставу или иным документам)

_____

г. Омск-

ПРИЛОЖЕНИЕ В

ДНЕВНИК РАБОТЫ СТУДЕНТА

(заполняется студентом в период практики в хронологическом порядке)

Дата	Виды работ, выполняющиеся в Организации, во время прохождения практики
1	2

Руководитель практики от
Организации_____

подпись

М.П.

«___»_____20_____г.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

ФИО студента

Проходившего(ей)

(наименование практики)

в организации

в объёме 36 часов с « » 20 г. по « » 20 г.

Виды работ, выполненные студентом во время практики, приобретённый практический опыт (умения - для производственной практики) (*на основании ФГОС по специальности*)

- Осуществлять денежные расчёты;
- Пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
- Рассчитывать основные налоги;
- Анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
- Применять методы и приёмы 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

Заключение: аттестуемый (ая) продемонстрировал(а) /не продемонстрировал(а)(нужное подчеркнуть) владение профессиональными *(перечислить) (на основании ФГОС по специальности)*

Наименование компетенции	Отметка (владеет/не владеет)
П.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.	Владеет
ПК 2.2.Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.	Владеет
ПК 2.3.Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.	Владеет
ПК 2.4.Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	Владеет
ПК 2.5.Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для	Владеет

обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.	
ПК 2.6.Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.	Владеет
ПК2.7.Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.	Владеет
ПК 2.8.Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.	Владеет
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.	Владеет

Дата «___»_____20__г.

Руководитель (и) от Организации _____(ФИО, должность)

(подпись) М.П.

Руководитель практики от

АНПОО «Сибирская региональная школа бизнеса (колледж)»_____(ФИО, должность)

подпись

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

ХАРАКТЕРИСТИКА

ФИО студента

Проходившего(ей)

(вид практики)

в организации

в объёме 36 часов с « » 202 г. по « » 202 г.

Во время практики обучающийся (обучающаяся) продемонстрировал(а) /не продемонстрировал(а)(нужное подчеркнуть) владение общими компетенциями (*перечислить)(на основании ФГОС по специальности)*

Наименование общих компетенций	Отметка (владеет/не владеет)
ОК1.Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Владеет
ОК2.Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Владеет
ОК3.Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Владеет
ОК4.Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личного развития	Владеет
ОК6.Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Владеет
ОК7.Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Владеет
ОК10.Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.	Владеет
ОК12.Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Владеет

Дополнительная характеристика студента

Дата «___»_____202__г.

Руководитель (и) от Организации _____(ФИО, должность)

М.П.

Руководитель практики от Колледжа _____(ФИО, должность)

ПРИЛОЖЕНИЕ Е

АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «СИБИРСКАЯ РЕГИОНАЛЬНАЯ ШКОЛА БИЗНЕСА (КОЛЛЕДЖ)»

ОТЧЕТ
по производственной практике (по профилю специальности)

ПМ.02 ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОВЕДЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Студента_____

Специальность_____

Группа_____

_____(_____)
(подпись) (ФИО руководителя Организации)
МП

Омск20__

Лист изменений

В методические указания к производственной практике по профессиональному модулю ПМ.02 «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»» были внесены следующие изменения:

№ п/п	*Учебный год внесения изменений*	*Изменения*
1		
2		