

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова»  
**(Смоленский филиал РЭУ им. Г.В. Плеханова)**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

производственной практики	ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
код, специальность	38.02.04 «Коммерция» (по отраслям)
	форма обучения    очная

СОГЛАСОВАНА:  
предметной цикловой комиссией  
учетно-экономических и  
коммерческих дисциплин

Разработана на основе Федерального  
государственного образовательного стандарта по  
специальности среднего профессионального  
образования 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Протокол № 9  
от «04» апреля 2019 года


Председатель предметной  
цикловой комиссии учетно-  
экономических и коммерческих  
дисциплин

 /Я.В. Фокина/

Заместитель директора по учебно-методической  
работе

 /Р.А. Можаяева/

УТВЕРЖДЕНА:  
Директор филиала

 /В.А. Мельников/  
Подпись

СОГЛАСОВАНО:  
Представитель работодателя

ОАО «Вяземский хлебокомбинат»  
Исполнительный директор  
наименование предприятия (организации), должность



 /Н.Н. Антонова /

Составитель:

Лёшина Мария Александровна, к.э.н.,  
доцент Смоленского филиала РЭУ им.  
Г.В. Плеханова

Шойдина С.Г., преподаватель  
Смоленского филиала РЭУ им. Г.В.  
Плеханова

Рецензент:

Кораблёва Галина Владимировна, к.э.н.,  
доцент, доцент СКИПТБ (филиал)  
ФГБОУ ВО «МГУТУ им.  
К.Г.Разумовского (ПКУ)»  
Ф.И.О., ученая степень, звание, должность, наименование ФГБОУ

## СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	3
2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ	5
3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	9
4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	11

# 1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

## 1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики (далее рабочая программа) является частью образовательной программы СПО – программы подготовки специалистов среднего звена по специальности **38.02.04 Коммерция (по отраслям)** в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): **Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности** соответствующих профессиональных компетенций (ПК):

- 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.

Рабочая программа практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании при повышении квалификации товароведов и менеджеров торговых предприятий.

**1.2. Место практики в структуре программы подготовки специалистов среднего звена:** производственная практика является частью профессионального модуля «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»

## 1.3. Цели и задачи практики – требования к результатам освоения практики:

С целью овладения указанным видом профессиональной деятельности и соответствующими профессиональными компетенциями обучающийся в ходе освоения профессионального модуля 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 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.

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.

#### 1.4. Результаты освоения практики

Результатом освоения практики является овладение обучающимися видом профессиональной деятельности Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности, в том числе профессиональным опытом и соответствующими профессиональными (ПК) и общими (ОК) компетенциями:

Код	Наименование результата обучения
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.
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.

**1.5. Рекомендуемое количество часов на освоение программы производственной практики - 36 часов.**

## **2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ**

### **2.1. Объем практики и виды работ**

<i>Вид работы</i>	<i>Объем часов</i>
Производственная практика	36
<b>Промежуточная аттестация в форме дифференцированного зачета</b>	

**2.2. Тематический план и содержание учебной практики по ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности**

Наименование разделов профессионального модуля (ПМ), междисциплинарных курсов (МДК) и тем	Содержание учебного материала	Объем часов	Уровень освоения, компетенции
1	2	3	4
<b>ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности</b>			
<b>Производственная практика</b>		<b>36</b>	2, 3
<p><b>Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов</b>                      Ознакомление с финансовыми документами и отчетами.                      Составление перечня финансовых документов.                      Участие в составлении и оформлении финансовых документов.                      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.                      Участие в инвентаризации и оформлении отчета.</p> <p><b>Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями</b>                      Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и 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.</p> <p><b>Тема 3. Расчет основных налогов</b>                      Составление перечня налогов, уплачиваемых организацией – базой практики.                      Расчет основных налогов (примеры расчета).</p> <p><b>Тема 4. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой (сбытовой) организации</b>                      Составление перечня показателей финансово-хозяйственной деятельности (ФХД).                      Выявление и определение наиболее значимых экономических показателей работы организации.                      Анализ динамики показателей ФХД за 6 и 12 мес. текущего года.                      Оформление результатов анализа.</p>		6	
		4	
		4	

<p><b>Тема 5. Выявление потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга</b>  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.</p>	4	
<p><b>Тема 6. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка</b>  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.</p>	4	
<p><b>Тема 7. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года.</b>  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.</p>	4	
<p><b>Тема 8. Анализ маркетинговой среды организации</b>  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 её конкурентов).  Оценка конкурентоспособности товаров по объемам продаж, а также потребительским и экономическим показателям.</p>	6	
	4	



Для характеристики уровня освоения учебного материала используются следующие обозначения:

- 1 – ознакомительный (узнавание ранее изученных объектов, свойств);
- 2 – репродуктивный (выполнение деятельности по образцу, инструкции или под руководством);
- 3 – продуктивный (планирование и самостоятельное выполнение деятельности, решение проблемных задач).

### 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

#### 3.1 Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Реализация профессионального модуля предполагает наличие базы производственной практики (организации торговля различных типов и форм собственности), оборудованной современным технологическим оборудованием, использующей современные методы и средства обслуживания.

Оборудование и технологическое оснащение рабочих мест: контрольно-кассовые машины, весы, фасовочное оборудование и др., торгово-технологическое оборудование в соответствии со специализацией торговой организации.

#### 3.2. Информационное обеспечение обучения

**Перечень рекомендуемых учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы**

Федеральные законы и постановления Правительства:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации, часть 1, 2 и 4
2. Налоговый кодекс Российской Федерации, часть 1, 2 и 3
3. Бюджетный кодекс Российской Федерации
4. Федеральные законы Российской Федерации, Указы Президента Российской Федерации, Постановления Правительства Российской Федерации, Инструкции Федерального агентства по налогам и сборам по вопросам финансового, бюджетного и налогового регулирования
5. ФЗ "О защите прав потребителей" от 07.02.92 № 2300/1-1 (с измен. и дополн. от 09.01.1996 N 2-ФЗ, от 17.12.1999 N 212-ФЗ, от 30.12.2001 N 196-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 02.11.2004 N 127-ФЗ, от 21.12.2004 N 171-ФЗ, от 27.07.2006 N 140-ФЗ, от 16.10.2006 N 160-ФЗ, от 25.11.2006 N 193-ФЗ, от 25.10.2007 N 234-ФЗ, от 23.07.2008 N 160-ФЗ, от 23.11.2009 N 261-ФЗ)
6. «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» № 149-ФЗ от 27.07.2006
7. «О рекламе», 38-ФЗ от 13.03.2006
8. «О техническом регулировании», № 184-ФЗ от 27.12.2002 с измен. и дополн. № 65-ФЗ от 01.05.2007
9. «О защите конкуренции», № 135-ФЗ от 26.07.2006

Стандарты:

1. ГОСТ Р 51303-99. Торговля: термины и определения. ГОСТ Р 51304-2009. Услуги розничной торговли: Общие требования. ГОСТ Р 51305-2009. Розничная торговля: Требования к обслуживающему персоналу.
2. ГОСТ Р 51773-2001. Розничная торговля: Классификация предприятий.

Основные источники:

1. Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — (Серия : Профессиональное образование). - // ЭБС «ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]. - Сетевой режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/2CDBBA69-9128-4A68-9154-551C3D290B59](http://www.biblio-online.ru/book/2CDBBA69-9128-4A68-9154-551C3D290B59).
  2. Алексунин, В.А. Маркетинг : учебник / В.А. Алексунин. – 6-е изд. – М. : ИТК «Дашков и К», 2016. - // ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» [Электронный ресурс]. - Сетевой режим доступа <http://www.biblioclub.ru/>.
- Михалева, Е. П. Маркетинг : учебное пособие для СПО / Е. П. Михалева. — 2-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — (Серия : Профессиональное образование). - // ЭБС «ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]. - Сетевой режим доступа: [www.biblio-online.ru/book/2CDBBA69-9128-4A68-9154-551C3D290B59](http://www.biblio-online.ru/book/2CDBBA69-9128-4A68-9154-551C3D290B59).

#### Дополнительные источники:

1. Маркетинг : учебник / под ред. д-ра экон. наук, проф. В.П. Федыко. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : ИНФРА-М : Академ-центр, 2017.— (Среднее профессиональное образование).- // ЭБС«ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс]. - Сетевой режим доступа:<http://www.znanium.com>.
2. Лукина, А.В. Маркетинг товаров и услуг : учеб. пособие / А.В. Лукина. — 2-е изд., доп. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017.— (Среднее профессиональное образование).).- // ЭБС«ZNANIUM.COM» [Электронный ресурс]. - Сетевой режим доступа:<http://www.znanium.com>.
3. Кеворков, В.В. Практикум по маркетингу : учеб. пособие для вузов / В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : КНОРУС, 2010 Вспом. 1.
4. Маркетинг: учебное пособие / Б.И. Герасимов, В.В. Жариков, М.В. Жарикова. - М.: Форум, 2009. - (Профессиональное образование).- //.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ВИДА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Результаты (освоенные профессиональные компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
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	Данные бухгалтерского учета для результатов коммерческой деятельности	Устный и письменный текущий контроль. Проверка выполнения практических заданий
ПК 2.2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	Реквизиты организационно-распорядительных, товаросопроводительных документов (правильность их заполнения)	Оценка правильности заполнения документов
ПК 2.3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов	Микроэкономические показатели	Оценка правильности расчетов
ПК 2.4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	Экономические показатели работы организации	То же
ПК 2.5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	Выявление потребностей и виды спроса	Оценка выполнения практических работ, решение ситуационных задач. Тестирование

ПК 2.6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	Перечень маркетинговых коммуникаций (обоснование их выбора)	То же
ПК 2.7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Отчет о проведении маркетинговых исследований	Оценка правильности выполнения
ПК 2.8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	Разработанная сбытовая политика (обоснование выбора)	Оценка правильности выполнения. Тестирование
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	Показатели финансово-хозяйственной деятельности (расчет и анализ)	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе освоения образовательной программы

Формы и методы контроля и оценки результатов обучения должны позволять проверять у обучающихся не только сформированность профессиональных компетенций, но и развитие общих компетенций и обеспечивающих их умений.

<b>Результаты (освоенные общие компетенции)</b>	<b>Основные показатели оценки результата</b>	<b>Формы и методы контроля и оценки</b>
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	Усвоенные знания сущности и социальной значимости профессии менеджера	Текущий контроль знаний Тестирование
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	Практический опыт и умения организовывать деятельность по выполнению профессиональных задач	Оценка эффективности и качества выполняемой самостоятельной работы
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	Решение ситуационных задач. Принятие решений в процессе выполнения профессиональной деятельности на практике	Проверка решений, принятых по проблемным заданиям ситуационных задач и/или проблемных ситуаций на практике
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	Информация, использованная для решения профессиональных задач	Оценка эффективности использования информации
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	Эффективность работы в коллективе, команде, общения с коллегами, руководством,	Текущий контроль выполнения практических заданий и

	потребителями	работы на практике
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	Самостоятельность выбора профессиональных задач	Оценка выполнения практических заданий
Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	Соблюдение действующего законодательства и обязательных требований нормативных документов, а также требований на добровольной основе	Текущий контроль выполнения практических заданий и работы во время прохождения практики