

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

(характеристика профессиональной деятельности обучающегося во время практики)
Малышева Анастасия Александровна

Фамилия, Имя, Отчество

Обучающийся на IV курсе по специальности СПО

43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

Группа МОП - 41

код и наименование специальности

успешно прошел(ла) производственную практику

ПП.03.01 Производственная практика

индекс и наименование практики

по профессиональному модулю

ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

индекс и наименование профессионального модуля

в объеме 110 часов с «18» декабря 2020 г. по «24» декабря 2020г.

1. Виды и объем работ, выполненные обучающимся во время практики

Виды работ	Объем выполненных работ (часов)
Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов	6
Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями	6
Тема 3. Выявления потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга	6
Тема 4. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка	6
Тема 5. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течении года	6
Тема 6. Анализ маркетинговой среды организации	6
<i>Итого часов</i>	36

2. Качество выполнения работ в соответствии с требованиями программы практики:


Оценка


подпись

3. База прохождения практики

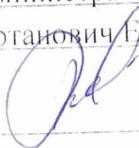
Предприятие (организация): Кафе «пицца Домино»

Руководитель практики от предприятия (организации) МП

Должность
ФИО

Администратор
Хартаиович Е.В.

Подпись

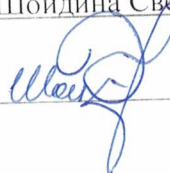


Руководитель практики от филиала

Должность
ФИО

Преподаватель
Шойдина Светлана Георгиевна

Подпись



Дата «24» декабря 2020г.

СВЕДЕНИЯ О БАЗЕ ПРАКТИКИ

Руководитель практики от образовательной организации:

Ф.И.О.: Шейдина Светлана Георгиевна
(Фамилия, Имя и Отчество)

Должность: преподаватель

Руководитель практики от организации:

Ф.И.О.: Карташова Елена Викторовна
(Фамилия, Имя и Отчество (полностью) руководителя практики по месту прохождения практики)

Должность: администратор

Базовое предприятие (название организации)

Кафе "пицца Домино"
(полное название предприятия (организация) с указанием отдела и т.п.)

Адрес предприятия (организации) г. Смоленск ул. Кирова д. 27в.

Период прохождения практики

с «19» сентября 2020г. по «24» декабря 2020г.

ИНСТРУКТАЖ ПО ТЕХНИКЕ БЕЗОПАСНОСТИ

Провёл инструктаж по охране труда, технике безопасности и промышленной санитарии

Хартакович Е.В.

(Фамилия, имя, отчество, проводившего инструктаж)

Вид инструктажа: (заполнять только тот вид инструктажа, который проводится)

ВВОДНЫЙ ИНСТРУКТАЖ

Подпись  Дата 18.12.2020

ПЕРВИЧНЫЙ ИНСТРУКТАЖ НА РАБОЧЕМ МЕСТЕ

Подпись  Дата 18.12.2020

ПОВТОРНЫЙ ИНСТРУКТАЖ, СВЯЗАННЫЙ С ПЕРЕМЕНОЙ РАБОЧЕГО МЕСТА

Подпись _____ Дата _____

ПОВТОРНЫЙ ИНСТРУКТАЖ, СВЯЗАННЫЙ С ПЕРЕМЕНОЙ РАБОЧЕГО МЕСТА

Подпись _____ Дата _____

Инструктаж получил (а)

(Фамилия, имя, отчество получившего инструктаж)

Подпись  Дата 18.12.2020

Подпись  Дата 18.12.2020

Подпись _____ Дата _____

Подпись _____ Дата _____

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

Дневник
производственной практики
(указать вид практики)

ПП.03.01 Производственная практика

(наименование производственной практики)

Профессиональный модуль

ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

(наименование профессионального модуля, в рамках которого проводится производственная практика)

Студент(ка) 4 курса

Специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании

(код, наименование специальности)

Группа МОП-41

Фамилия Малышева

Имя Анастасия

Отчество Александровна

Период проведения практики

с «18» декабря 2020 года по «24» декабря 2020года

ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ

– Практика имеет целью комплексное освоение студентами всех видов профессиональной деятельности по специальности **43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании**

(код, наименование специальности)

- формирование общих и профессиональных компетенций, а также приобретение необходимых умений и опыта практической работы по специальности.
- производственная практика направлена на получение профессиональных умений и навыков у студентов, общих и профессиональных компетенций, приобретение практического опыта и реализуется в рамках профессиональных модулей ППССЗ СПО по каждому из видов профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС СПО по специальности.

ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ОСНОВНОЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Менеджер должен обладать **общими компетенциями**, включающими в себя способность:

- 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 постановки и решения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
- ОК 5. Использовать информационно-коммуникационные технологии для совершенствования профессиональной деятельности.
- ОК 6. Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
- ОК 7. Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
- ОК 8. Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
- ОК 9. Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.
- ОК 10. Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативно-правовых документов, а также требования стандартов иных нормативных документов

В результате изучения профессионального модуля

ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания,

менеджер должен обладать профессиональными компетенциями:

- ПК 3.1. Выявлять потребности потребителей продукции и услуг организации общественного питания

ПК 3.2. Формировать спрос на услуги общественного питания, стимулировать их сбыт
ПК 3.3. Оценивать конкурентоспособность продукции и услуг общественного питания, оказываемых организацией

СОДЕРЖАНИЕ ЗАДАНИЯ НА ПРАКТИКУ

№ задания	Наименование тем и содержание
1. 18.12.2020	Тема 1. Оформление финансовых документов и отчетов 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. Участие в инвентаризации и оформлении отчета.
2. 19.12.2020	Тема 2. Проведение денежных расчетов с покупателями Распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов. Проверка денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Овладение навыками проверки подлинности банкнот. Получение денежной выручки за день.
3. 21.12.2020	Тема 3. Выявления потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров.
4. 22.12.2020	Тема 4. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участие в реализации сбытовой политики организации. Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные блюда. Реализация стратегий ценообразования в организации. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала. Реализация мероприятий по стимулированию потребителей.
5. 23.12.2020	Тема 5. Участие в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций и компаний. Участие в организации рекламы на предприятии общественного питания. Овладение навыками проведения консультаций покупателей для продвижения блюда. Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.
6. 24.12.2020	Тема 6. Анализ маркетинговой среды организации Анализ внутренней среды организации (выявление структурных подразделений, осуществляющих маркетинговую деятельность и/или взаимодействующих с отделом маркетинга). Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа сумм заказа). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту). Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и ее конкурентов)



М.П.
(печать организации)

«18» декабря 2020 год






Руководитель практики
от организации _____


(подпись)

Ознакомлен:

студент _____

(подпись)

Дата выполнения работ	Краткое содержание выполняемых работ	Оценка, подпись руководителя практики от организации
18.12.20	<p>Ознакомилась с финансовыми документами и отчетами. Участвовала в составлении и оформлении финансовых документов. Изучала как составляют приходные, расходные документов к товарному отчету, оформляют товарный отчет. Участвовала в инвентаризации и оформление отчета.</p>	5 
19.12.20	<p>Осваивала работу за кассой и расчет с покупателями. Освоила распознавание признаков платежеспособности билетов банка России и государственных казначейских билетов. Проверяла денежных билетов на аппаратах проверки подлинности банкнот. Освоила получение денежной выручки за день.</p>	5 
21.12.20	<p>Ознакомилась с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Изучала анализ факторов, влияющих на спрос.</p>	5 
22.12.20	<p>Ознакомилась со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Участвовала в реализации сбытовой политики организации. Ознакомилась со стратегиями ценообразования на различные блюда. Ознакомилась с мероприятиями по стимулированию потребителей и персонала.</p>	4 
23.12.20	<p>Участвовала в проведении рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций, проведенных в организации в течение года</p> <p>Изучала основы оставление проекта рекламных акций. Участвовала в проведении рекламных акций и компаний. Участвовала в организации рекламы на предприятии общественного питания. Овладела навыками проведения консультаций покупателей для продвижения блюда.</p>	4 

24.12.20	Осваивала анализ внутренней среды организации, Анализ социально-экономической среды организации, Анализ демографической среды методом наблюдений, Анализ конкурентной среды организации.	
----------	--	---

Отчет

по производственной практике

ПП.03.01 Производственная практика

(наименование производственной практики)

Профессиональный модуль

ПМ.03 Маркетинговая деятельность в организациях общественного питания

(наименование профессионального модуля, в рамках которого проводится производственная практика)

Специальности 43.02.01 Организация обслуживания в общественном питании
(код, наименование специальности)

Студент Маша (подпись) Малышева Анастасия Александровна
(фамилия, имя, отчество)

Группы МОП-41

Руководитель практики от организации



(подпись)

Администратор
(должность)

Хартанович Елена Викторовна
(фамилия, имя, отчество)

М.П.

«24» декабря 2020 года

Руководитель практики от филиала

Шойдина (подпись)

Шойдина Светлана Георгиевна
(фамилия, имя, отчество)

«24» декабря 2020 года

СОДЕРЖАНИЕ

1. Характеристика организации
 2. Оформление финансовых документов и отчетов
 3. Проведение денежных расчетов с покупателями
 4. Выявления потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга
 5. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка
 6. Проведение рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций
 7. Анализ маркетинговой среды организации.
- Выводы и предложения

1. Характеристика организации

Кафе «пицца Домино» это ресторан быстрого питания, основанный в 1998 году. Здесь можно попробовать как русскую, европейскую, так и мексиканскую, американскую и итальянскую кухни. Юридический адрес: г. Смоленск улица Кирова д.27в

Заведение работает по принципу самообслуживания, что значительно ускоряет обслуживание и делает его более удобным для посетителей. Предприятие работает каждый день с 10.00-22.00, без перерывов и выходных.

Признаки концепции: приготовление всех блюд на глазах у посетителей, наличие открытой кухни, большой и разнообразный ассортимент, невысокие цены. Основные виды деятельности (Приготовление, реализация и отдача пищи потребителю), виды продукции разнообразны от горячих блюд до алкогольной продукции. Предприятие доступно для любого контингента посетителей, тк в нем доступные цены, уютная атмосфера, быстрое обслуживание. Кафе имеет свой уникальный дизайн, стилизующий пространство под русский расписной терем. В заведение имеются два зала для посадки посетителей, кондитерский, горячий и холодный цеха, административное помещение. Заказы посетители делают за кассовой стойкой откуда видна зона раздачи блюд и зона выпекания блинов. Меню кафе уникально и постоянно обновляется. У кафе существует лицо фирмы-клоун Доминос. Для увеличения количества постоянных клиентов разработаны дисконтные программы, действующие для всей сети кафе.

2. Оформление финансовых документов и отчетов

В кафе «пицца Домино» в состав финансовых документов входят:

- ✓ Бухгалтерский баланс
- ✓ Отчет о прибылях и убытках .
- ✓ Приходные и отходные накладные
- ✓ Товарный отчет
- ✓ Акты о списании продукции
- ✓ Калькуляционные карты

Таблица 1- отчет о финансовых результатах кафе «пицца Домино» за последние 8 лет

Наименование показателя	Ко д	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012
Выручка	21 10	10533	10531	10405	10384	10199	12238	12665	8770
Валовая прибыль(убыток)	21 00	10533	10531	10405	10384	10199	12238	12665	8770
Коммерческие расходы	22 10	129	123	91	3	0	0	0	0
Управленческие расходы	22 20	11431	11795	10403	10019	9759	10287	9711	5418
Прибыль(убыток) от продаж	22 00	1027	1387	89	362	440	1951	2944	3352
Проценты к уплате	23 30	0	0	0	0	94	385	787	466
Прочие доходы	23 40	17615	17622	18282	11960	7162	210	0	0
Прочие расходы	12 50	11865	11744	10815	11468	5798	590	278	228
Прибыль на налогообложения	23 00	4723	4491	7378	854	1710	1186	1879	2658
Налог на прибыль	24	0	0	0	0	0	0	520	408

	10								
Прочее	24 60	509	469	314	267	200	643	0	0
Чистая прибыль (убыток)	24 00	4214	402 2	706 4	587	151 0	543	135 9	225 0

В таблице можно увидеть что наиболее высокая выручка была в 2013.

3. Проведение денежных расчетов с покупателями

На предприятии расчет с потребителями производится с помощью наличного и безналичного расчета. Расчет с покупателями происходит в кассовой зоне в определенном порядке:

- кассир уточняет правильно ли вбил заказ посетителя, после чего уточняет каким способом удобнее клиенту расплачиваться, называет полную сумму оплаты;

- печатается чек на контрольно-кассовой машине;

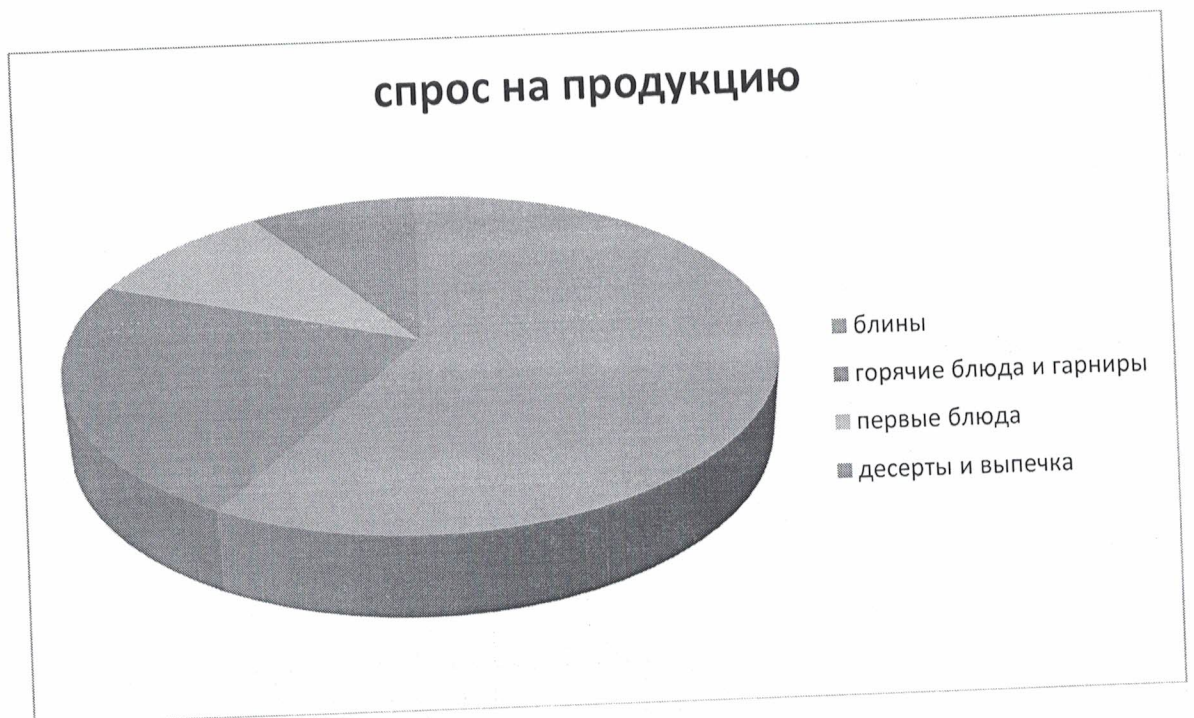
- называет сумму причитающей покупателю сдачи, если оплата наличными и выдает ее покупателю вместе с чеком;

- только после окончательного расчета с покупателем, кладет полученные от покупателя деньги в денежный ящик кассового аппарата.

Если оплата безналичным расчетом кассир должен уточнить на какое ИП перечисляются деньги, так как на предприятии два хозяина за продукты питания отвечает одно ИП, за алкогольную продукцию другое.

Если требуется размен крупной суммы денег, то кассир должен позвать для этого администратора. Крупные банковские банкноты должны проверяться с помощью машинки, проверяющей подлинность купюр.

4. Выявления потребностей (спроса) на товары и соответствующих типов маркетинга.



В кафе «пицца Домино» самым большим спросом пользуются блинчики. Этот вид блюд подходит как детям, так и взрослым на предприятии блины продаются как с сладким наполнителем, так и с сытной начинкой. Они не дорогие от 55р за порцию до 140р, людей это привлекает.

Вторым по популярности являются горячие блюда и гарниры, эта продукция стоит дороже от 85р до 199р, но она сытнее и разнообразна, каждый, даже привередливый клиент сможет найти себе блюдо по вкусу.

Далее люди с охотой покупают супа их стоимость от 68р до 120р. Первые блюда посетители покупают не только в обед, но и вечером, особенно зимой, когда наедаться не хочется, но горячего чего-нибудь надо съесть, чтобы согреться.

Ну и последний вид блюд это сладкие десерты и выпечка, ее стоимость доступна каждому от 20р до 120р, это тот вид блюд, который удобно взять с собой на перекус или в приятной компании попить горячего кофе.

С меню в кафе каждый может ознакомиться самостоятельно, оно находится прямо над кассовой зоной, все вопросы можно сразу задать кассиру или другому работнику предприятия.

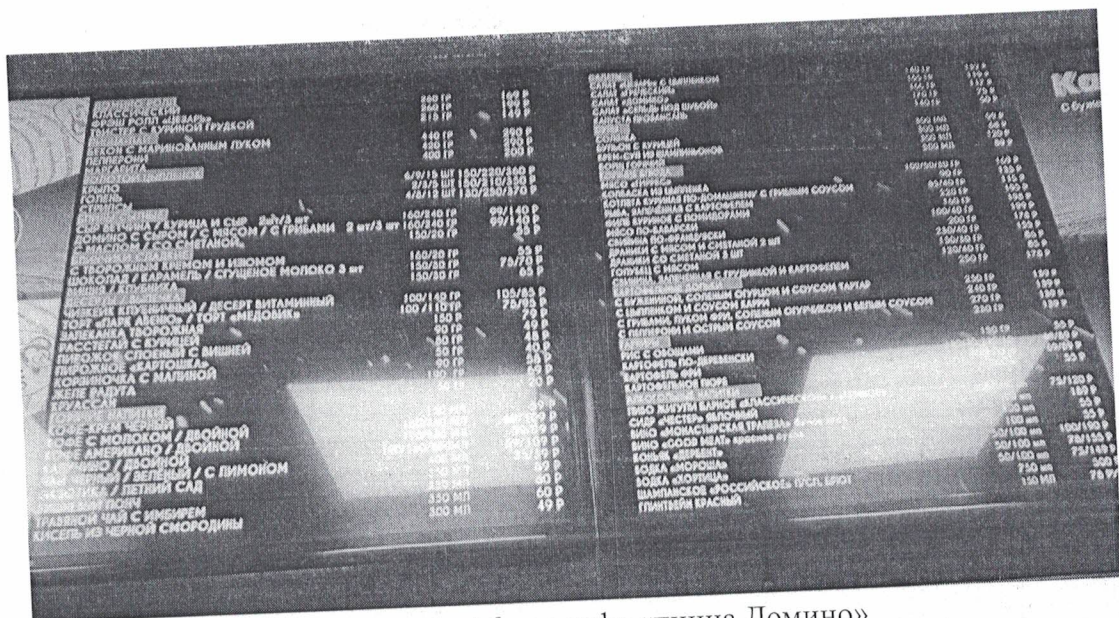


Рисунок 1 – Меню кафе «пицца Домино»

5. Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка

Целевой аудиторией кафе является весь контингент людей от самых маленьких до старших. От аудитории зависит не только какая стоимость чека должна быть, но и привлечения внимания покупателей с помощью интерьера, яркой вывески, рекламы.

На эмблеме кафе можно найти яркую надпись с названием предприятия, также лицом кафе является клоун Домино и он украшает эмблему кафе.

«Пицца Домино» продвигает свое кафе как онлайн, так и в бумажных изданиях. У организации есть собственный созданный яркий сайт, на котором можно узнать всю интересующую информацию, например там прописаны все виды блюд, все номера предприятий их юридические адреса, отзывы и оценки. Так же компания распространяет информацию о себе в социальных сетях таких как вконтакте, инстаграм и тд.

Кафе сотрудничает с популярными службами доставки еды например Delivery Club.

Наружняя реклама, то есть вывески в городе можно наблюдать на улице тухачевского, на тц «Галактика», это тоже помогает привлечь внимание покупателей.

Мероприятия как метод продвижения кафе не проводит.

5. Проведение рекламных акций, компаний, других маркетинговых коммуникаций

Реклама не мало важна в сфере общественного питания, чем больше у кафе рекламных распространителей, тем больше посетителей.

Кафе «пицца Домино» использует рекламу в интернете, социальных сетях, яркие вывески у входа, привлекающие внимание окружающих.

В кафе каждый месяц обновляется ассортимент блюд, так же обновляются акции, они бывают разные.

Например акция «1+1» - обозначает, что вы можете купить 2 мясных пиццы и получить маргариту в подарок.

Так же на протяжении уже полугода в кафе проходит акция «счастливый час», что означает, что в последний час работы кафе действует скидка 35%. В период с 12 до 15 часов действуют комбо обеды, которые люди с удовольствием покупают, потому что цена комплексного обеда составляет всего 199 рублей.

В кафе распространяется реклама на подносах с фирменной печатью, так же на каждом столе стоят флаеры со специальными предложениями.



Рисунок 2 – рекламная листовка кафе «пицца Домино

6. Анализ маркетинговых сфер предприятия. Выводы и предложения

За время прохождения практики я сделала для себя выводы, что кафе справляется с поставленными задачами, выполняет свои обязанности добросовестно, клиенты не жалуются на продукцию и обслуживание.

Организация крепко стоит на торговом рынке, составляет многим предприятиям общественного питания конкуренцию.

Я бы пересмотрела бы режим работы кафе на зимний период, можно было бы закрывать кафе раньше, так как зимой людей ходит меньше и бывает когда в кафе ни единого клиента, до акции «счастливый час».

В заключение своего отчета хочу сказать, что при прохождении учебной практики особых трудностей не возникало. Было очень интересно знакомиться с работой работников предприятия общественного питания. Я усовершенствовала свои навыки работы менеджером, близко познакомилась

с финансовой документацией, с ее составлением, узнала как производится прием клиентов и их расчет, проанализировала и узнала какая продукция больше всего пользуется спросом в данном заведении, изучила какие маркетинговые мероприятия проводятся для увеличения спроса и привлечения внимания посетителей, составляла рекламу кафе, изучала существующую, узнала как распространяется информация о кафе.

Заключение руководителя практики от образовательной организации и
оценка результатов практики

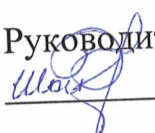
Студентка группы МОП-41 Малышева Анастасия Александровна
проходила производственную практику ПМ.03 Маркетинговая деятельность
в организациях общественного питания в организации общественного
питания кафе «пицца «Домино».

Во время прохождения практики, студентка ознакомилась с
деятельностью организации, оформлением финансовых документов и
отчетов, проведением денежных расчетов с покупателями, с проведением
рекламных акций и мероприятий.

Отчет о прохождении практики составлен, согласно программе
практики, имеет логическую последовательность, убедительную
аргументацию. Запланированную программу выполнила в полном объеме.
Темы содержания раскрыты недостаточно, допущены ошибки в оформлении
отчета.

В результате прохождения практики закреплены общие и
профессиональные компетенции.

Общая оценка
3 (удовлетворительно)

Руководитель практики от филиала
 С.Г. Шойдина

Оценка деятельности практиканта

Программа практики выполнена: полностью
Замечание по трудовой дисциплине: не имеет
Отношение к работе: _____

ОБЩЕЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

руководителя практики от организации

Во время прохождения практики студентка Машкина А.А. изучила характеристику торговой организации, стратегические направления, изучила внешнюю и внутреннюю среду организации. Студентка зарекомендовала себя как грамотного специалиста, умело применяющего свои теоретические знания в практической работе.

Руководитель практики
от организации



(подпись)

ХАДИТАНОВА Е.В.

(расшифровка подписи)

