**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«БЕЛОВСКИЙ ТЕХНИКУМ ТЕХНОЛОГИЙ И СФЕРЫ УСЛУГ**»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Рассмотрено:ЦМК торгового профиляПротокол №\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ подпись расшифровка подписи«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_ число месяц год |  Утверждаю:Зам. директора по УПРГБОУ СПО «БелТТиСУ»\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_подпись расшифровка подписи «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_  число месяц год |  |  |

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

по проведению производственной практики обучающихся

специальности 100701 Коммерция (по отраслям)

**ПП.02.01. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»**

Белово, 2014

**Содержание**

1 Пояснительная записка с. 3

2 Организация практики с. 6

3 Программа учебной практики с. 8

4 Оформление отчета по практике с. 12

Приложение 1 «Образец оформления титульного листа» с. 14

Приложение 2 «Образец оформления содержания» с. 15

Приложение 3 «Отзыв с места прохождения практики» с. 16

**1 Пояснительная записка**

Учебная практика является важной составной частью учебного процесса и формой подготовки по специальности 100701 Коммерция (по отраслям). В процессе практики студент должен закрепить и углубить знания, полученные при теоретическом обучении, приобрести необходимые умения и навыки учета финансов и налогов, анализа финансово-хозяйственной деятельности и проведения маркетинговых исследований.

Задачи учебной практики:

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.
2. Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.
3. Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.
4. Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.
5. Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.
6. Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.
7. Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.
8. Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.
9. Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты.

По окончании учебной практики «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности» обучающийся 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 коньюктурой рынка;
* участия в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций;
* анализа маркетинговой среды организации

**уметь:**

* составлять финансовые документы и отчеты;
* осуществлять денежные расчеты;
* пользоваться нормативными документами в области налогообложения, регулирующими механизм и порядок налогообложения;
* рассчитывать основные налоги;
* анализировать результаты финансово-хозяйственной деятельности торговых организаций;
* применять методы и приемы финансово-хозяйственной деятельности для разных видов анализа;
* выявлять, формировать и удовлетворять потребности;
* обеспечивать распределение через каналы сбыта и продвижение товаров на рынке с использованием маркетинговых коммуникаций;
* проводить маркетинговые исследования рынка;
* оценивать конкурентоспособность товаров

**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

**2 Организация практики**

Учебная практика проводится в третьем семестре. Продолжительность практики 72 часа (12 дней по 6 часов)

В результате прохождения практики студенты должны научиться оформлению финансовых документов и отчетов, проведению денежных расчетов, расчету основных налогов, анализу показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации, выявлению потребностей (спроса) на товары, реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка, участию в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций, анализу маркетинговой среды организации, закрепить теоретические знания и подготовить отчет по практике.

Производственная практика включает в себя следующие разделы:

1. Финансы, налоги и налогообложение
2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности
3. Маркетинг

Объектами практики могут быть коммерческие предприятия, либо коммерческие подразделения предприятий-производителей, осуществляющие оптовую и розничную торговлю, любых организационно-правовых форм и форм собственности.

Руководство практикой осуществляют преподаватель профессионального модуля и специалисты торговых предприятий (подразделений).

Перед выходом на практику для студентов проводятся консультации, на которых доводятся цели, задачи, содержание практики, порядок работы, календарный план и программу прохождения практики (Таблица 1), требования к отчету по практике и порядок оценки знаний.

В период прохождения практики преподаватель практики проводит дополнительные консультации по вопросам выполнения заданий по программе и составлению отчета по практике.

По окончании практики обучающимся руководитель от предприятия дает письменный отзыв в установленной форме (Приложение №3). Руководитель практики проверяет отчет по практике и выставляет оценку. При этом преподаватель-руководитель учитывает:

1) соблюдение студентом календарного плана;

2) полноту собранного материала;

3) правильность выполненных расчетов;

4) соблюдение требований к оформлению отчета по практике;

5) характеристику руководителя практики от предприятия.

По окончании учебной практики программой предусмотрен зачет. Он проводится в форме защиты отчета. Обучающийся должен подготовить речь для выступления на 5-7 минут и презентацию, соответствующую отчету и содержанию учебной практики.

**3. Программа** **учебной практики**

Таблица 1

**Программа** **производственной практики ПП.02.01. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Раздел** | **Задание по программе учебной практики** | **Содержание задания (отчета)** | **Срок выполнения** |
| **Введение** | Общая характеристика предприятия  | * Характеристика предприятия торговли, форма собственности, организационная структура предприятия
* Ознакомление с системой налогообложения предприятия торговли
* Наличие службы маркетинга и документы, регламентирующие её деятельность.
 |  |
| 1. Финансы, налоги и налогообложение  | 1.1 Оформление финансовых документов и отчетов | * Ознакомление с финансовыми документами и отчетами, составление перечня используемых финансовых документов, участие в составлении и оформлении финансовых документов.
* Составление приходных и расходных документов к товарному отчету.
* Оформление товарного отчета.
* Участие в инвентаризации, заполнение инвентаризационной описи, выведение результатов инвентаризации.
 | 6 часов |
| 1.2 Проведение денежных расчетов | * Изучение и оформление платежных документов предприятия.
* Ознакомление с организацией расчетов с поставщиками.
 | 6 часов |
| 1.3. Расчет основных налогов | * Составление перечня налогов, уплачиваемой организацией (по месту прохождения практики).
* Расчет основных налогов.
 | 6 часов |
| 2.Анализ финансово-хозяйственной деятельности | 2.1 Методологические основы анализа финансово-хозяйственной деятельности | * Ознакомление с целью, задачами, методами анализа финансово-хозяйственной деятельности торгового предприятия.
* Изучение влияния внешней среды на работу предприятия.
* Определение роли комплексного анализа.
 | 6 часов |
| 2.2 Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования | * Изучение классификации видов экономического анализа.
* Определение комплекса мероприятий по улучшению рыночной позиции торгового предприятия.
 | 6 часов |
| 2.3 Информационное обеспечение, организация аналитической работы | * Изучение основных источников и информации для проведения экономического анализа.
* Проведение аналитического исследования.
* Обобщение и оформление результатов анализа, определение области потенциальных рисков.
 | 6 часов |
| 2.4 Анализ деятельности оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности | * Изучение значения, задач и информационного обеспечения анализа оптового и розничного товарооборота.
* Проведение анализа выполнения плана и динамики оптового и розничного товарооборота.
* Расчет показателей прибыли и рентабельности
 | 6 часов |
| 2.5 Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий. | * Финансовая отчетность как основной источник информации для оценки финансового состояния.
* Анализ имущественного состоянияпредприятия.
* Факторный анализ валового дохода, прибыли и рентабельности в розничной торговле.
* Оценка платежеспособности и кредитоспособности предприятия торговли.
* Оценка финансовой устойчивости.
* Анализ динамики товарооборота, изменений структуры ассортимента.
* Анализ издержек обращения.
* Анализ валового дохода, прибыли и рентабельности предприятия.
 | 6 часов |
| 3 Маркетинг  | 3.1 Выявление потребностей (спроса) на товары | * Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии.
* Анализ факторов, влияющих на спрос.
* Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров
 | 6 часов |
| 3.2 Реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с коньюктурой рынка | * Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения.
* Участие в реализации сбытовой политики организации.
* Ознакомление со стратегиями ценообразования на различные товары.
* Реализация мероприятий по стимулированию сбыта.
 | 6 часов |
| 3.3 Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций | * Участие в проведении рекламных акций и компаний.
* Участие в организации рекламы в местах продаж.
* Проведение консультаций для продвижения товаров и услуг организации.
* Обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций.
 | 6 часов |
| 3.4 Анализ маркетинговой среды организации | * Анализ внутренней среды организации.
* Анализ потребителей по уровню доходов, полу, возрасту и пр. признакам.
* Анализ конкурентной среды организации.
* Оценка конкурентоспособности предприятия и товаров.
 | 6 часов |
| **Итого:** | 72 часа |

**4 Оформление отчета по практике**

К моменту завершения практики должен быть оформлен отчет по практике, соответствующий программе производственной практики. Объем отчета 20-30 страниц, включая приложения.

Последовательность материалов в отчете:

1. Титульный лист

2. Содержание

3. Введение

4. Текстовая часть

5. Заключение

6. Список литературы

7. Приложения

1. Титульный лист указан в Приложении №1, на нем обучающийся должен указать свои фамилию, имя, отчество, место прохождения производственной практики.

2. Содержание отчета должно состоять из трех разделов, соответствующих заданию на практику. Наименования разделов указаны в таблице 1. Образец содержания в приложении № 2.

3. Текстовая часть должна раскрывать вопросы заданий по программе учебной практики. Информация может излагаться с использованием графиков, таблиц, диаграмм.

4. В заключении излагаются выводы и предложения по налогообложению предприятия, анализу финансово-хозяйственной деятельности, формулируются общие анализ и оценка эффективности маркетинговых мероприятий и сбытовой политики организации.

5. Приложения к отчету по практике формируются студентом самостоятельно и являются дополнением к основной текстовой части отчета. В приложения обязательно приложить финансовые и другие документы, на основании которых производились вычисления.

**Требования к оформлению отчета по практике**

Отчет должен быть выполнен на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Межстрочный интервал должен составлять 1,5. Цвет шрифта должен быть черным, высота букв и цифр не менее 1,8 мм (кегель не менее 12).

Текст следует печатать, соблюдая следующие размеры полей: правое – 10 мм; верхнее и нижнее – 20 мм; левое – 30 мм.

Все страницы работы нумеруются по порядку от титульного листа до последней страницы арабскими цифрами. При этом на титульном листе цифра 1 не ставится, нумерация ставится с цифры 2, с содержания. Порядковый номер страниц печатается внизу справа листа.

Форма и содержание титульного листа отчета представлены в Приложении 1.

Текст основной части разбивают на разделы, пункты, которые записываются с абзацного отступа. При делении текста на пункты необходимо, чтобы каждый из них содержал законченную информацию. Номер пункта включает номер раздела и пункта, разделенные точкой, в конце текста точку не ставят (1.1, 1.2 и т.д.).

Заголовки разделов, подразделов, пунктов начинают с абзацного отступа и печатают строчными буквами, без точки в конце, не подчеркивая. Если заголовок состоит из двух, предложений их разделяют точкой.

Все иллюстрации (чертежи, схемы, графики, диаграммы) именуются рисунками. На все иллюстрации должны быть даны ссылки по тексту. Иллюстрации следует располагать после текста, выделяя их от текста интервалами (сверху и снизу).

Иллюстрации обозначают словом «Рисунок» и нумеруются последовательно, за исключением иллюстраций, приведенных в приложении. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит их номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Слово «Рисунок» и наименование помещают после пояснительных данных посередине.

Таблицы следует располагать непосредственно после текста, выделяя их от работы интервалами (сверху и снизу). Таблицы располагают непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. Ссылки по тексту на таблицы обязательны. Слово «Таблица» с указание номера и названия таблицы располагают один раз слева над таблицей. Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой, так же допускается сквозная нумерация таблиц. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят. Размер шрифта в таблице можно применять меньший, чем в тексте.

**Приложение 1**

**Образец оформления титульного листа отчета**

**ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ**

**СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«БЕЛОВСКИЙ ТЕХНИКУМ ТЕХНОЛОГИЙ И СФЕРЫ УСЛУГ»**

**ОТЧЕТ**

**производственной практики**

**ПП.02.01. «Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»**

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

(наименование предприятия)

Выполнила студентка 2-го курса

специальности 100701 «Коммерция»

группы КЗ-21 \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(Ф.И.О. студента)

Дата сдачи работы:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Дата проверки работы:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Оценка работы:\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Проверила: \_\_\_\_\_\_\_Евдокимова Н.В.

Белово, 2014

Приложение 2

**Содержание**

Введение с.

1.Финансы, налоги и налогообложение с.

1.1. Оформление финансовых документов и расчетов с.

1.2. Проведение денежных расчетов с.

1.3. Расчет основных налогов с.

2. Анализ финансово-хозяйственной деятельности с.

2.1. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой организации с.

2.2. Приемы и способы экономического анализа на различных этапах исследования с.

2.3. Информационное обеспечение, организация аналитической

работы с.

2.4. Анализ деятельности оптовой и розничной торговли, финансовых результатов деятельности с.

2.5. Анализ результатов финансово-хозяйственной деятельности торговых предприятий с.

3. Маркетинг с.

3.1 Выявление потребностей на товары с.

3.2 Реализации маркетинговых мероприятий в

соответствии с коньюктурой рынка с.

3.3 Участие в проведении рекламных акций и кампаний, других маркетинговых коммуникаций с.

3.4 Анализ маркетинговой среды организации с.

Заключение с.

Список литературы с.

Приложение №1 с.

Приложение №2 с.

**Приложение 3**

**Отзыв для заполнения с места прохождения практики**

**Отзыв**

о результатах прохождения производственной практики **«Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности»** обучающейся ГБОУ СПО «БелТТиСУ» группы КЗ-21 специальности 100701 «Коммерция»

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

(фамилия, имя, отчество студента)

в\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(организация – место прохождения практики)

В период прохождения практики с « 9 » июня 2014г. по « 24 »июня 2014 г., продолжительностью 72 часа, студент(ка) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (ФИО студента)

освоила компетенции:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Коды проверяемых компетенций** | **Наименование профессиональных компетенций** | **Оценка** **(да / нет)** |
| ПК 1 |  Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей). |  |
| ПК 2 |  Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем.  |  |
| ПК 3 | Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынки ресурсов.  |  |
| ПК 4 | Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату.  |  |
| ПК 5 | Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров.  |  |
| ПК 6 | Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации.  |  |
| ПК 7 | Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений.  |  |
| ПК 8 | Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации.  |  |
| ПК 9 | Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности при осуществлении коммерческой деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты. |  |

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

(должность)

МП \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_/

(подпись, фамилия, имя, отчество руководителя практики)

«\_\_\_\_» июня 2014 г.