

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
ПП.01 Производственная практика по управлению ассортиментом товаров

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	3
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	5
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	6
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ	10
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПП . 01 Производственная практика по основам товароведения

1.1. Область применения программы

Рабочая программа производственной практики является частью образовательной программы в соответствии с ФГОС по специальности СПО 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров в части освоения одного из основных видов профессиональной деятельности «Участие в маркетинговых исследованиях с целью разработки ассортиментной политики» и соответствующих общих (ОК 1 – 9), а также профессиональных компетенций (ПК):

Профессиональные компетенции:

ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах.

ПК 1.2. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.

ПК 1.3. Управлять товарными запасами и потоками.

ПК 1.4. Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.

Программа производственной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке и переподготовке работников в области торговли.

1.2. Цели и задачи практики – требования к результатам прохождения практики

Цель практики – формирование профессиональных компетенций через применение полученных теоретических знаний, обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами профессиональной деятельностью, формами и методами работы, приобретение профессиональных навыков, необходимых для работы, воспитание исполнительской дисциплины и умения самостоятельно решать задачи, связанные с выявлением потребностей в товарах; процедурой проведения маркетинговых исследований для выявления потребительских предпочтений на однородные группы продовольственных и непродовольственных товаров с целью разработки ассортиментной политики.

Задачи практики:

– приобретение профессиональных навыков, формирование профессиональных и общих компетенций в соответствии с видами профессиональной деятельности, предусмотренным федеральным государственным образовательным стандартом;

– практическое освоение различных видов, форм и методов профессиональной деятельности в части формирования ассортимента товаров;

– овладение основами ПП управленческой культуры и этики;

– выработка навыков самостоятельного поиска, сбора, систематизации и анализа маркетинговой информации, работы с количественными показателями ассортимента;

– формирование профессионального интереса, чувства ответственности и уважения к выбранной профессии.

В ходе освоения программы производственной практики студент должен:

иметь практический опыт:

- анализа ассортиментной политики торговой организации;
- выявления потребности в товаре (спроса);

уметь:

- распознавать товары по ассортиментной принадлежности;
- формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;
- применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта;
- рассчитывать показатели ассортимента.

1.3. Количество часов на освоение рабочей программы практики

Всего 2 неделя, 72 часа.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение студентами профессиональной деятельности в соответствии с ПМ.01 ПП.01 Управление ассортиментом товаров, в том числе умениями, общими (ОК) и профессиональными компетенциями (ПК):

Код	Наименование результата обучения
Умение	распознавать товары по ассортиментной принадлежности;
	формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;
	применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и <u>стимулирования сбыта</u> ;
	рассчитывать показатели ассортимента.
ОК 1.	Показатель 1. Демонстрация интереса к будущей профессии
ОК 2.	Показатель 1. Выбор и применение методов поиска и сбора информации, способов решения профессиональных задач в части ее обработки, систематизации и анализа. Показатель 2. Оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач.
ОК 3.	Показатель 1. Решение стандартных и нестандартных профессиональных задач при проведении маркетинговых исследований.
ОК 4.	Показатель 1. Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач в области формирования ассортиментом товаров.
ОК 5.	Показатель 1. Выбор и применение методов обработки информации, способов решения профессиональных задач при проведении маркетинговых исследований, при этом анализировать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий. Показатель 2. Оценка эффективности и качества выполнения профессиональных задач в области поиска и сбора информации, ее обработки, систематизации и анализа.
ОК 6.	Показатель 1. Взаимодействие с обучающимися, преподавателями в ходе практики. Показатель 2. Умение работать в группе.
ОК 7.	Показатель 1. Умение правильно ставить цели, соответствующие профессиональным задачам в области процедуры проведения маркетинговых исследований. Показатель 2. Самоанализ и коррекция результатов собственной работы.
ОК 8.	Показатель 1. Организация самостоятельных занятий при выполнении производственной практики
ОК 9.	Показатель 1. Анализ потребительского рынка с целью мониторинга его состояния и перспектив развития с предложением современных (инновационных) способов поиска и нахождения информации по однородным группам продовольственных и непродовольственных товаров.
ПК 1.1	Показатель 1. Выявлять потребность в товарах при проведении маркетинговых исследований.
ПК 1.2	Показатель 1. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции, партнерами по бизнесу.
ПК 1.3.	Показатель 1. Управлять товарными запасами и потоками.
ПК 1.4.	Показатель 1. Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план производственной практики

Код и наименование профессионального модуля	Наименования разделов практики	Производственная практика		
		Количество недель	Количество часов	Сроки проведения практики согласно графику учебного процесса
1	2	3	4	5
ПМ 01. ПП.01 Управление ассортиментом товаров	ПП.01. Производственная практика по управлению ассортиментом товаров	2	72	«08» - «21» июня 2022г.

3.2 Содержание производственной практики

Код профессионального модуля	Формируемый образовательный результат (практический опыт, уметь)	Виды выполняемых работ	Содержание работ (детализация видов выполняемых работ)	Количество часов на каждый вид работы
ПМ 01. ПП.01 Управление ассортиментом товаров	уметь: - распознавать товары по ассортиментной принадлежности; - формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; - применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта; -рассчитывать показатели ассортимента.	Раздел 1. Анализ состояния рынка потребительских товаров	Инструктаж по техники безопасности; получение индивидуального задания	6
			Структуризация и порядок оформления отчета	
Написание введения к отчету				
Поиск и систематизация информации по 1 разделу: анализ состояния рынка потребительских товаров				
		Составление выводов о проделанной работе		
		Раздел 1. Анализ состояния рынка потребительских товаров	Заранее определиться с товаром, который будет являться объектом исследований не только в рамках практики, но и при написании курсовых и выпускных	18

			<p>квалификационных работ (ВКР). Мониторинг рынка потребительских товаров на примере именно этой группы товаров, указать ее.</p>	
			<p>Оценить состояние и перспективы развития рынка потребительских товаров на примере объекта исследования.</p>	
			<p>Осуществить анализ рынка потребительских товаров на примере объекта исследования в Саратовской области и в целом по стране (в рисунках и таблицах, с кратким анализом полученных данных).</p>	
			<p>Выявить проблемы на рынке, связанные с исследуемой группой товаров.</p>	
			<p>Предложить пути решения проблем</p>	
			<p>Составить выводы о проделанной работе</p>	
		<p>Раздел 2. Методологические основы процедуры проведения маркетинговых исследований</p>	<p>Оценить роль маркетинговых исследований для выявления потребности (спроса) на исследуемый товар</p>	<p>12</p>
			<p>Оценить роль маркетинговых исследований для грамотного формирования и ПП управления ассортиментом товаров, разработки ассортиментной политики, обоснования и выбора товарной стратегии на розничном торговом предприятии.</p>	
			<p>Изучить общий порядок и этапы проведения маркетинговых исследований. Разработать анкету (предусмотреть не меньше 7 вопросов и не больше 10; вопросы могут быть, как закрытые, так и открытые). Документально правильно составленная анкета – практический результат производственной практики, в отчете использовать в качестве приложения.</p>	

			Составить выводы о проделанной работе	
		Раздел 3. Порядок проведения маркетинговых исследований на примере однородных групп продовольственных и/или непродовольственных товаров	Определить круг респондентов (чем их больше, тем репрезентативнее выборка и достовернее результат) и цель анкетирования.	18
			Провести анкетирование респондентов и систематизировать полученные данные.	
			По итогам анкетирования составить краткий отчет, где должны быть отражены результаты анализа потребности показателей в исследуемых товарах.	
			Составить выводы о проделанной работе	
		Раздел 4. Ассортиментная политика предприятия	Смоделировать ситуацию, при этом рассчитать и проанализировать показатели ассортимента розничного торгового предприятия: его структуру, широту, глубину, устойчивость, полноту и новизну.	12
			Руководствуясь данными отчета по итогам анкетирования, принять решение о формировании ассортимента в розничном торговом предприятии.	
			Составить товарную/ассортиментную матрицу– практический результат производственной практики, в отчете использовать в качестве приложения. Предложить рекомендации в части разработки ассортиментной политики и выбора товарной стратегии для розничного торгового предприятия.	
			Составить выводы о проделанной работе	
		Защита отчетов по производственной практике	Составить и скомпоновать отчет по результатам производственной практики по той однородной грПП пе товаров, которая является объектом исследования во время нее, а также при написании курсовых и выпускных квалификационных	6

			(ВКР).	
			Распечатать отчет и подготовить презентацию к его защите	
			Собственно защита отчета по результатам производственной практики	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Производственная практика ПП. 01 проводится на базе предприятий розничной торговли, обеспечивающая возможность изучения основ управления ассортиментом товаров.

4.2. Требования к документации, необходимой для проведения практики:

1. ГОСТ и ТР ТС на однородные группы продовольственных товаров.
2. ГОСТ и ТР ТС на однородные группы непродовольственных товаров.
3. ГОСТ Р 51293-99. Идентификация продукции. Общие положения в актуальной редакции: август 2018г.
4. Макет товарной/ассортиментной матрицы.

4.3. Требования к учебно-методическому обеспечению практики:

1. А.Ф. Барышев Учебник. Маркетинг, М.: ИЦ Академия, 2019
2. Н.П. Котерова Учебное пособие. Основы маркетинга, М.: ИЦ Академия, 2019

4.4. Информационное обеспечение обучения

Перечень учебных изданий, Интернет-ресурсов, дополнительной литературы

Федеральные законы РФ:

1. Федеральный закон «О техническом регулировании» № 184-ФЗ от 27.12.2002 в актуальной редакции от 29.07.2017 г.
2. Федеральный закон «О защите прав потребителей» № 2300-1 от 07.02.92 в актуальной редакции от 18.07.2019 г.
3. Федеральный закон «О качестве и безопасности пищевых продуктов» № 29-ФЗ от 02.01.2000 в актуальной редакции от 23.04.18г.
4. «О стандартизации в Российской Федерации» № 162 – ФЗ от 29.06.2015г., в актуальной редакции от 03.07. 2016 г.
5. Федеральный закон от 25 декабря 2018 г. № 488-ФЗ “О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации"
- 6 Проект Федерального закона "О маркировке товаров контрольными (идентификационными) знаками в Российской Федерации" (подготовлен Минфином России) <https://www.eg-online.ru/document/law/328430/>
7. «О качестве и безопасности пищевых продуктов» № 29-ФЗ от 02.01.2000 в

ред. от 19.07.2011 г.

8. Технический регламент Таможенного Союза ТР ТС 022/2011 от 09.12.2011г., № 881 Пищевая продукция в части ее маркировки

Основные источники

9. С.А. Вилкова Экспертиза потребительских товаров. Учебник. ИТК «Дашков и К», М.: 2019

10. Ф.А. Петрище Теоретические основы товароведения и экспертиз непродовольственных товаров. Учебник. ИТК «Дашков и К», М.: 2020

11. Товароведение и экспертиза потребительских товаров. Учебник. И.: «Инфра – М», М.: 2019

11. Парамонова, Т.Н, Красюк, И.Н. Маркетинг. Учебное пособие для СПО, М.: ИТК «Дашков и К», 2019. — 192 с. — ISBN 978-5-406-04757-6. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/67810.html>

12. Рябкова Д.С. Товароведение продовольственных и непродовольственных товаров [Электронный ресурс]: учебник для СПО/ Рябкова Д.С., Левкин Г.Г.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Профобразование, Ай Пи Эр Медиа, 2019.— 200 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/80293.html>.— ЭБС «IPRbooks»

Дополнительные источники

13. Чепурной И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров. Учебник М.: Форум, Инфра-М, 2020. - 264 с.

Интернет-ресурсы

14. <https://rg.ru/2016/03/02/rospotrebnadzor-zapustil-novyy-sajt-pomoshchi-potrebiteliam.html>

15. <https://znaytovar.ru/s/Assortimentnye-matricy-tovarov.htm>

4.5. Общие требования к организации практики

Реализация программы производственной практики предполагает обучение студентов на базе предприятий розничной торговли, обеспечивающих возможность изучения основ управления ассортиментом товаров.

4.6. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

Производственная практика проводится преподавателями дисциплин профессионального цикла, имеющими высшее образование, соответствующее профилю преподаваемой дисциплины (модуля).

Организацию и руководство производственной практикой осуществляют руководители практики от образовательного учреждения.

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Результаты освоенного практического опыта	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах	Анализ состояния рынка потребительских товаров. Участие в организации и проведении маркетинговых исследований. Применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта продукции. Формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах. Распознавать товары по ассортиментной принадлежности.	Дифференцированный зачёт Отчет по практике
ПК 1.2 Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.	Вести переговоры с партнерами по поставкам продукции. Знать технологические процессы товародвижения; Решать конфликтные ситуации, проявляя при этом профессиональное поведение.	
ПК 1.3 Управлять товарными запасами и потоками.	Принимать товары по количеству и качеству, в том числе скоропортящиеся. Размещать товары на хранение. Выкладывать товары в торговом зале, применять при этом принципы и правила мерчендайзинга. Контролировать условия и сроки хранения товаров. Участвовать в проведении инвентаризации товаров. Отпускать товары покупателям с точки зрения психологического аспекта.	
ПК 1.4 Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.	Умение заключать договор на поставку продукции и осуществлять контроль за соблюдением условий договора. Предъявлять претензии за невыполнение контрагентами договорных обязательств	

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

Результаты (освоенные общие компетенции)	Основные показатели оценки результата	Формы и методы контроля и оценки
ОК.1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	- демонстрация интереса к будущей профессии.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе приобретения практического опыта
ОК.2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	– выбор метода и способа выполнения профессиональных задач с соблюдением техники безопасности и согласно заданной ситуации; - оценка эффективности и качества выполнения согласно заданной ситуации.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе приобретения практического опыта
ОК.3 Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.	- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в соответствии с поставленной задачей.	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе приобретения практического опыта
ОК.4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	– осуществляет эффективный поиск необходимой информации; в соответствии с заданной ситуацией; - использует различные источники, включая, электронные.	Использование электронных источников
ОК.5 Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с	- моделирование профессиональной деятельности с помощью прикладных программных продуктов в соответствии с заданной ситуацией	Наблюдение за навыками работы в программе WORD и EXEL

использованием информационно-коммуникационных технологий.		
ОК.6 Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	- демонстрация собственной деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной ситуацией	Наблюдение за ролью обучающегося в грПП пе
ОК.7 Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения заданий.	- профессиональная ориентация персонала; - самоанализ и коррекция результатов собственной работы;	Моделирование профессиональных ситуаций.
ОК.8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием. Осознанно планировать повышение квалификации	- организация самостоятельных занятий	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе приобретения практического опыта
ОК.9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности	- анализ потребительского рынка с целью мониторинга его состояния и перспектив развития с предложением современных (инновационных) способов поиска и нахождения информации по однородным грПП пам продовольственных и непродовольственных товаров	Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе приобретения практического опыта

АННОТАЦИЯ

К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

ПП. 01 Производственная практика Управление ассортиментом товаров ДЛЯ СПЕЦИАЛЬНОСТИ 38.02.05 ТОВАРОВЕДЕНИЕ И ЭКСПЕРТИЗА КАЧЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

1. Место дисциплины в структуре программы подготовки квалифицированных рабочих и служащих

Рабочая программа ПП. 01 Производственная практика по ПМ.01 Управление ассортиментом товаров является частью программы подготовки квалифицированных специалистов в соответствии с требованиями ФГОС СПО по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров в части освоения основного вида профессиональной деятельности: «Участие в маркетинговых исследованиях с целью разработки ассортиментной политики» и соответствующих профессиональных компетенций (ПК).

Программа производственной практики может быть использована в дополнительном профессиональном образовании и профессиональной подготовке и переподготовке работников в области торговли.

2. Требования к результатам освоения производственной практики

В результате освоения ПП.01. Обучающийся должен:

иметь практический опыт:

- анализа ассортиментной политики торговой организации;
- выявления потребности в товаре (спроса);

уметь:

- распознавать товары по ассортиментной принадлежности;
- формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах;
- применять средства и методы маркетинга для формирования спроса и стимулирования сбыта;
- рассчитывать показатели ассортимента.

3. Компетенции обучающихся, формируемые при освоении профессиональной практики

3.1 Профессиональные компетенции:

ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах

ПК 1.2 Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции

ПК 1.3 Управлять товарными запасами и потоками

ПК 1.4 Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров.

3.2 Общие компетенции:

ОК 1. Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 2. Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

ОК 3. Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность

ОК. 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития

ОК. 5 Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.

ОК 6. Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями

ОК. 7 Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за 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

4. Содержание производственной практики

– индивидуальное задание на практику:

Тема 1 Ознакомление с торговой организацией

– ознакомление с предприятием: его типом, специализацией, профилем, местом расположения, режимом работы, перечнем основных и дополнительных услуг розничной торговли;

– изучение материально-технической базы предприятия: его планировка, основные группы помещений, их взаимосвязь;

– идентификации вида, класса и типа торговой организации;

– ознакомление с порядком открытия и закрытия магазина, сдача магазина на охрану, хранение пломбира и ключей;

- ознакомление с обязанностями работников магазина, в том числе по сохранению товарно-материальных ценностей и денежных средств;
- изучение видов материальной ответственности работников магазина.

Тема 2 Изучение и оценка соблюдения правил торговли и правил внутреннего распорядка в торговом предприятии

- изучение правил продажи отдельных видов товаров, в том числе алкогольной продукции;
- изучение правил реализации применение этих правил на рабочем месте продавца /кассира;
- изучение требований к качеству услуги розничной торговли на примере магазина, установленных государственными стандартами, санитарными, противопожарными правилами с учетом профиля и специализации торгового предприятия;
- оценка соответствия помещений магазина требованиям обеспечения качества и безопасности реализуемых товаров и оказываемых услуг, создания условий для рационального выбора товаров потребителями;
- ознакомление с правилами внутреннего распорядка и соблюдение этих правил в процессе прохождения производственной практики.

Тема 3 Приемка товаров по количеству и качеству

- ознакомление с товарно-сопроводительными документами по приемке товаров по количеству и качеству: товарно-транспортными и ж/д накладными, счетами и счетами –фактурами, отвесами, удостоверениями о качестве (для продуктов питания), сертификатами и декларациями соответствия, в отдельных случаях - санитарно-эпидемиологическими заключениями, ветеринарными свидетельствами(сертификатами) и др.;
- ознакомление с процессом товародвижения в складах и магазинах;
- контроль условий и сроков транспортировки и хранения товаров;
- ознакомление с особенностями приемки товаров по количеству и качеству на рабочем месте продавца;
- проверка соответствия принимаемого товара товарно-сопроводительным документам по основным идентификационным признакам: наименование товара, сорт, класс, артикул, марка и другие градации, а также наименование изготовителя, даты выпуска (изготовления) и т. д.

- сопоставление сведений, указанных на маркировке товара и в сопроводительных документах;
- осуществление приемки товаров по количеству и качеству;
- участие в работе по размещению товаров в торговом зале и на складе;
- участие в проведении инвентаризации.

Тема 4 Эксплуатация оборудования в соответствии с его назначением и соблюдением правил охраны труда

- вводный инструктаж по технике безопасности труда и пожарной безопасности;
- ознакомление с нормативной документацией, устанавливающей правила безопасности труда при эксплуатации торгового оборудования (общие и специфичные для каждого вида торгового оборудования);
- ознакомление с торговым оборудованием и торговой мебелью, принципами их размещения и правилами ухода;
- оценка рациональности использования торговой мебели, её достаточности с учетом профиля магазина;
- ознакомление с устройством и овладение навыками эксплуатации различных средств измерений: весов товарных, настольных циферблатных, электронных: мер длины, объема: контрольных приборов за режимом хранения (термометров, психрометров и др.);
- приобретение умений в части эксплуатации различных типов торгового холодильного оборудования.

Тема 5 Участие в работе с поставщиками и потребителями

- участие совместно с товароведом или менеджером торговой организации в договорной работе;
- ознакомление с составлением торговых контрактов и договоров;
- составление перечня поставщиков товаров определенной группы;
- составление заявок на поставку товаров и доведение их до поставщиков;
- подготовка претензий к поставщикам при невыполнении условий договоров;
- оказание информационно-консультативных услуг потребителям товаров;
- отработка навыков обслуживания покупателей: встреча, выявление потребностей, особенностей, предпочтений;
- отработка навыков обслуживания покупателей: встреча, выявление потребностей, предложение и показ товаров, информирование покупателей о

потребительских свойствах продовольственных и непродовольственных товаров, способах и условиях их использования, а также товарах сопутствующего ассортимента;

– по отдельным группам товаров - предоставление дополнительной информации об области их применения, наличии противопоказаний для употребления, правилах эксплуатации.

Тема 6 Мониторинг ассортиментной политики торговой организации

– ознакомление с ассортиментом товаров, его структурой в процентном и денежном выражении в магазине/отделе, где проходит практика;

– определение групповой и общей широты ассортимента товаров в магазине;

– определение полноты ассортимента товаров однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров;

– определение глубины ассортимента товаров однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров;

– определение устойчивости ассортимента товаров однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров;

– определение новизны ассортимента товаров однородных групп продовольственных и непродовольственных товаров;

– разработка критериев/признаков идентификации товара с целью подтверждения его ассортиментной принадлежности.

Тема 7 Выявление потребностей (спроса) на товары

– обобщить методологию организации и проведения маркетинговых исследований, с определением целей, задач, объектов, методов сбора информации;

– выявить особенности и виды маркетинговых исследований;

– изучить общий порядок и этапы проведения маркетинговых исследований;

– оценить роль маркетинговых исследований для выявления потребности в товаре (спроса);

– оценить роль маркетинговых исследований для грамотного формирования ассортиментом товаров, разработки ассортиментной политики, товарной матрицы, обоснования и выбора товарной стратегии;

– разработать анкету (предусмотреть не меньше 7 вопросов и не больше 10; вопросы могут быть, как закрытые, так и открытые);

- по итогам анкетирования составить краткий отчет, где должны быть отражены результатам анализа потребности покупателей в товарах;
- изучить спрос на исследуемые товары, в том числе и нового ассортимента, с применением различных методов и способов сбора информации;
- выявление потребностей покупателей в процессе их консультирования во время обслуживания;
- использование полученной информации по результатам изучения спроса при формировании ассортимента товаров;
- составить товарную/ассортиментную матрицу;
- выявление различных видов покупательского спроса по степени его удовлетворения;
- составление анкеты опроса продавцов по выявлению поставщиков товаров активного спроса.

Тема 8 Реализация маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка

- оценить состояние и перспективы развития рынка продовольственных и/или непродовольственных товаров в Саратовской области и в целом по стране (в рисунках и таблицах, с кратким анализом полученных данных);
- определение товарных групп, занимающих наибольший и наименьший удельный вес в общем объеме товарооборота;
- анализ состояния спроса на товары, определенных торговых марок, поставляемые различными предприятиями-поставщиками/изготовителями или оптовой торговлей;
- анализ причин, влияющих на соотношение спроса и предложения товаров на потребительском рынке;
- использование полученной информации по изучению спроса в работе магазина, и в первую очередь, при формировании ассортимента товаров;
- выбор и организация соответствующих мероприятий по формированию спроса и стимулированию сбыта с целью активизации продаж.

Тема 9 Анализ маркетинговой среды организации

- обобщить понятие окружающей среды маркетинга: макро и микросреда, факторы, их формирующие (контролируемые и неконтролируемые); субъекты; методы анализа: PEST и SWOT;

- оценить конкурентную среду по характерным чертам, при этом учесть условия ее возникновения, способы создания и поддержания;
- проиллюстрировать примером конкурентную среду организации;
- оценить конкурентные преимущества предприятий розничной торговли;
- применение методов оценки конкурентоспособности к товарам самой торговой организации.

Тема 10 Маркетинговые коммуникации

- выбор и использование приемов маркетинговых коммуникаций: реклама, стимулирование сбыта, персональные/личные продажи, прямой маркетинг;
- ознакомиться с состоянием организации рекламы в магазине, отделе (секции);
- оценить модель потребительского восприятия рекламы;
- мониторинг рекламной кампании фирмы: правила, структура, выбор видов и носителей рекламы; каналы ее распространения; оценка эффективности рекламы разных видов;
- анализ применения различных средств внутрифирменной рекламы в магазине, отделе (секции);
- принять участие в оформлении витрин магазина, отдела (секции);
- принять участие в персональных/личных продажах;
- принять участие в организации и проведении мероприятий прямого маркетинга и стимулирования сбыта;
- реализации маркетинговых мероприятий ФОССТИС: составление рекламных текстов, проведение рекламных акций и кампаний по продвижению магазина, отдела (секции);
- разработать предложения по активизации и повышению эффективности использования приемов и средств маркетинговых коммуникаций в магазине, отделе (секции).
- дневник-отчет по практике.

5. Количество часов на освоение программы производственной практики

Всего 2 недели - 72 часов.