

Приложение 5.36
к ППСЗ по специальности
38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ
УП. 01 Учебная практика по основам товароведения

Саратов, 2021 г

СОДЕРЖАНИЕ

1. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	4
2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	6
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	7
4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ	10
5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ	13

1. ПАСПОРТ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

УП. 01 Учебная практика по основам товароведения

1.1. Область применения программы

Рабочая программа учебной 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

Программа учебной 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 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 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 учебной 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 1 неделя, 36 часов.

2. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ПРАКТИКИ

Результатом освоения программы практики является овладение студентами профессиональной деятельности в соответствии с ПМ.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 стимулирования сбыта;
	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 учебной 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.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

3.1 Тематический план учебной практики

Код и наименование профессионального модуля	Наименования разделов практики	Учебная практика		
		Количество недель	Количество часов	Сроки проведения практики согласно графику учебного процесса
1	2	3	4	5
ПМ 01. Управление ассортиментом товаров	УП.01. Учебная практика по основам товароведения	1	36	«12» - «18» января 2022г.

3.2 Содержание учебной 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. Управление ассортиментом товаров	уметь: - распознавать товары по ассортиментной принадлежности; - формировать торговый ассортимент по результатам анализа потребности в товарах; - применять средства и методы маркетинга для	Раздел 1. Анализ состояния рынка потребительских товаров	Инструктаж по техники безопасности; получение индивидуального задания 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	6
		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 квалификационных работ (ВКР).	6

<p>формирования спроса и стимулирования сбыта;</p> <p>-рассчитывать показатели ассортимента.</p>		Мониторинг рынка потребительских товаров на примере именно этой группы товаров, указать ее.	
		Оценить состояние и перспективы развития рынка потребительских товаров на примере объекта исследования.	
		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).	
		Выявить проблемы на рынке, связанные с исследуемой группой товаров.	
		Предложить пути решения проблем	
		Составить выводы о проделанной работе	
	<p>Раздел 2. Методологические основы процедуры проведения маркетинговых исследований</p>	Оценить роль маркетинговых исследований для выявления потребности (спроса) на исследуемый товар	6
		Оценить роль маркетинговых исследований для грамотного формирования и управления ассортиментом товаров, разработки ассортиментной политики, обоснования и выбора товарной стратегии на розничном торговом предприятии.	
		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 учебной практики, в отчете использовать в качестве приложения.	
	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.	6
		Провести анкетирование респондентов и систематизировать полученные данные.	
		По итогам анкетирования составить краткий отчет, где должны быть отражены результатам анализа потребности покупателей 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.	6
		Руководствуясь данными отчета по итогам анкетирования, принять решение о формировании ассортимента в розничном торговом предприятии.	
Составить товарную/ассортиментную матрицу– практический результат учебной 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 учебной практике	Составить и скомпоновать отчет по результатам учебной практики по той однородной группе товаров, которая является объектом исследования во время нее, а также при написании курсовых и выпускных квалификационных (ВКР).	6	
	Распечатать отчет и подготовить		

			презентацию к его защите	
			Собственно защита отчета по результатам учебной практики	

4. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРАКТИКИ

4.1. Требования к минимальному материально-техническому обеспечению

Учебная практика проводится на базе образовательного учреждения в лаборатории информационных технологий, имеющей: компьютеры IBM PC, с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, интерактивную доску, программное обеспечение общего и профессионального назначения, обеспечивающих возможность проведения процедуры маркетинговых исследований.

Для реализации профессионального модуля имеются:

- Учебный кабинет товароведения и экспертизы продовольственных и непродовольственных товаров;
- образцы однородных групп продовольственных товаров;
- образцы однородных групп непродовольственных товаров;
- законодательные акты и справочная литература;
- нормативные документы (ГОСТ И ТР ТС);
- Классификаторы: ОКП и ТН ВЭД.

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 экспертизы непродовольственных товаров. Учебник. ИТК «Дашков и К», М.: 2020

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

Дополнительные источники

12. Чепурной И.П. Идентификация и фальсификация продовольственных товаров. Учебник М.: Форум, Инфра-М, 2019. - 264 с.

Интернет-ресурсы

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

13. <https://znaytovar.ru/s/Assortimentnye-matricy-tovarov.html>

4.5. Общие требования к организации практики

Реализация программы учебной практики предполагает наличие у образовательного учреждения доступа к электронным площадкам.

4.6. Кадровое обеспечение образовательного процесса

Требования к квалификации педагогических кадров, осуществляющих руководство практикой

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

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

5. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ

ПК. 1.1 Выявлять потребность в товарах

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.	Дифференцированны й зачёт Отчет по практике

Формы и методы контроля и оценки результатов освоения учебной 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

<p>ОК.3 Решать проблемы, оценивать риски и принимать решения в нестандартных ситуациях.</p>	<p>- решение стандартных и нестандартных профессиональных задач в соответствии с поставленной задачей.</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе приобретения практического опыта</p>
<p>ОК.4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.</p>	<p>– осуществляет эффективный поиск необходимой информации; в соответствии с заданной ситуацией; - использует различные источники, включая, электронные.</p>	<p>Использование электронных источников</p>
<p>ОК.5 Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.</p>	<p>- моделирование профессиональной деятельности с помощью прикладных программных продуктов в соответствии с заданной ситуацией</p>	<p>Наблюдение за навыками работы в программе WORD и EXEL</p>
<p>ОК.6 Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.</p>	<p>- демонстрация собственной деятельности в условиях коллективной и командной работы в соответствии с заданной ситуацией</p>	<p>Наблюдение за ролью обучающегося в группе</p>
<p>ОК.7 Ставить цели, мотивировать деятельность подчиненных, организовывать и контролировать их работу с принятием на себя ответственности за результат выполнения</p>	<p>- профессиональная ориентация персонала; - самоанализ и коррекция результатов собственной работы;</p>	<p>Моделирование профессиональных ситуаций.</p>

заданий.		
<p>ОК.8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием. Осознанно планировать повышение квалификации</p>	<p>- организация самостоятельных занятий</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе приобретения практического опыта</p>
<p>ОК.9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности</p>	<p>- 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</p>	<p>Интерпретация результатов наблюдений за деятельностью обучающегося в процессе приобретения практического опыта</p>