

ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ
«САМАРСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»



ПРОГРАММА

**ПП.04 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА
(ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

ПМ.04 Оценка конкурентоспособности товаров и услуг
специальность 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества
потребительских товаров

Самара, 2020


Программа производственной практики (по профилю специальности)
разработана на основе: ФГОС СПО специальности 38.02.05 Товароведение
и экспертиза качества потребительских товаров

Разработчик: Духно Л.М., преподаватель ГБПОУ «СТЭК»

РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА

на заседании ПЦК Экономики и товароведения

Протокол № 9 от «23» сентября 2020 г.

Председатель ПЦК  /Лазарева Л.В./

Содержание

1.	Паспорт программы производственной практики	стр. 4
2.	Производственная практика по профессиональному модулю	стр. 5
3.	Материально-техническое обеспечение производственной практики	стр. 9

I. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

1. Область применения программы:

Программа производственной практики является частью основной профессиональной образовательной программы подготовки специалистов среднего звена в соответствии с ФГОС СПО по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров в части освоения квалификаций: Товаровед-эксперт в части освоения основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.

2. Цели и задачи производственной практики:

Формирование у обучающихся профессиональных компетенций в условиях реального производства.

3. Требования к результатам производственной практики:

В результате прохождения производственной практики по ВПД Оценка конкурентоспособности товаров и услуг обучающийся должен освоить:

ВПД	Профессиональные компетенции
Оценка конкурентоспособности товаров и услуг	ПК 4.1. Выполнять задания специалиста более высокой квалификации при проведении маркетинговых исследований.
	ПК 4.2. Сравнивать конкурентоспособность аналогичных товаров и (или) услуг.
	ПК 4.3. Планировать комплекс маркетинговых мероприятий.
	ПК 4.4. Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.
	ПК 4.5. Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

4. Формы контроля:

Производственная практика – дифференцированный зачет.

5. Количество часов на освоение программы производственной практики:

Всего 72 часов:

в рамках освоения ПМ.04 Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.

**II. ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА ПО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ
ПМ.04 Оценка конкурентоспособности товаров и услуг**

1. Результаты освоения программы производственной практики

Результатом освоения программы производственной практики являются сформированные профессиональные компетенции:

Код	Наименование профессиональной компетенции
ПК 4.1.	Выполнять задания специалиста более высокой квалификации при проведении маркетинговых исследований.
ПК 4.2.	Сравнивать конкурентоспособность аналогичных товаров и (или) услуг.
ПК 4.3.	Планировать комплекс маркетинговых мероприятий
ПК 4.4.	Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.
ПК 4.5.	Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.

2.Содержание производственной практики

Производственная практика						
Код ПК	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающих формирование ПК	Объем часов	Формат практики	Уровень освоения	Показатели освоения ПК
1	2	3	4	5	6	7
ПК 4.1.	Выполнять задания специалиста более высокой квалификации при проведении маркетинговых исследований.	Изложить цель деятельности.	1	Концентрированно, торговые организации	3	Изложены цели деятельности предприятия.
		Описать бизнес (вид деятельности).	1	Концентрированно, торговые организации	3	Описан вид деятельности составлена структура управления организацией.
		Проанализировать управленческие возможности.	2	Концентрированно, торговые организации	3	Демонстрация анализа управленческих возможностей организации.
		Рассмотреть достоинства и недостатки отдельных методов управления.	1	Концентрированно, торговые организации	3	Демонстрация оценки своевременности применения методов управления.
		Анализ координации работы службы маркетинга с деятельностью других служб организации.	2	Концентрированно, торговые организации	3	Сделан анализ координации службы маркетинга с другими структурными подразделениями.
		Анализ плана работы руководителя службы маркетинга.	3	Концентрированно, торговые организации	3	Проанализирован план работы руководителя службы маркетинга.
		Составить структуру управления организацией применительно к конкретным условиям.	5	Концентрированно, торговые организации	3	Составлена структура управления организацией.
		Дать характеристику преимуществам и недостаткам представленных структур управления и взаимосвязи элементов системы управления производством.	7	Концентрированно, торговые организации	3	Дана характеристика СУ.
ПК 4.2.	Сравнивать конкурентоспособность аналогичных товаров и	Анализ состояния рынка товаров и услуг.	2	Концентрированно, торговые организации	3	Проанализирован рынок товаров (услуг).

	(или) услуг.					
		Оценку конкурентоспособности выпускаемого (реализуемого) продукта предложить мероприятия по ее повышению.	4	Концентрированно, торговые организации	3	Дана оценка конкурентоспособности товара, услуги, проведены расчеты показателей ассортимента.
		Расчет показателей ассортимента.	3	Концентрированно, торговые организации	3	Производит расчет показателей ассортимента.
		Разработать предложения по совершенствованию политики организации.	3	Концентрированно, торговые организации	3	Сделан вывод его рациональности, разработаны предложения по оптимизации ассортиментной политики.
ПК 4.3.	Планировать комплекс маркетинговых мероприятий.	План маркетингового исследования.	2	Концентрированно, торговые организации	3	Разработан план маркетингового исследования.
		Анкету для проведения опроса.	2	Концентрированно, торговые организации	3	Определены цели и задачи исследования.
		Отчет по проведенному исследованию.	2	Концентрированно, торговые организации	3	Разработана анкета интервью.
		Принятие маркетинговых решений.	4	Концентрированно, торговые организации	3	Составлен отчет об исследовании.
ПК 4.4.	Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.	Комплекс мероприятий для маркетинговой ориентации организации на потребителя.	5	Концентрированно, торговые организации	3	Разработан комплекс мероприятий маркетинга для ориентации предприятия на потребителя.
		Сегментирование рынка потребителей.	3	Концентрированно, торговые организации	3	Проведена сегментация рынка по различным признакам.
		Позиционирование (предприятия, товара, продукта)	3	Концентрированно, торговые организации	3	Определены позиции товара (предприятия, продукта),
		Модель управления поведением потребителей.	5	Концентрированно, торговые организации	3	Разработана модель управления поведением потребителя

ПК 4.5.	Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.	Мероприятия по оптимизации канала товародвижения.	3	Концентрированно, торговые организации	3	Предложены мероприятия по оптимизации системы товароснабжения организации, стимулирования сбыта
		Мероприятия по совершенствованию стратегии сбыта по принципу выбора посредников/клиентов.	3	Концентрированно, торговые организации	3	Проведен анализ состояния рынка и возможностей организации по удовлетворению нужд потребителей
		Анализ состояния рынка и возможностей организации по удовлетворению потребительских нужд (его конъюнктура; объем фактических продаж; емкость рынка; остатки на складах, прогноз потребительского рынка и т.д.)	5	Концентрированно, торговые организации	3	Изучена конъюнктура рынка, определен фактический объем продаж, определена емкость рынка.
		Дифференцированный зачет	1			
		Итого	72			

III. МАТЕРИАЛЬНО–ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ

Реализация программы производственной практики по профессиональному модулю ПМ.04 Оценка конкурентоспособности товаров и услуг требует наличия мест, доступом в Интернет, и необходимыми комплектами документации.

Каждый студент должен иметь:

- задание по видам выполняемых работ в зависимости от места прохождения практики;
- дневник и отчет по практике;
- программу практики;
- аттестационный лист по производственной практике;
- план-график консультаций и контроля за выполнением студентами программы производственной практики.