

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



СОГЛАСОВАНО  
Управляющий ООО «МЕТРО Кэш энд Керри»

Е.А.Иголина

«23» 2021 г.



УТВЕРЖДАЮ  
Директор ГБПОУ «СТЭК»

Н.А. Изотова

«24» 2021 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

**УП. 04 УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА**

**ПМ.04 Оценка конкурентоспособности товаров и услуг**

По специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества

потребительских товаров

(углубленной подготовки)

Самара, 2021

Программа учебной практики разработана на основе: ФГОС СПО по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Разработчик:

Духно Л.М., преподаватель ГБОУ СПО «СТЭК»

РАССМОТРЕНА

на заседании ПЦК Товароведение и коммерция

Протокол № 9 от «14» апреля 2021 г.

Председатель ПЦК



/Сазанова И.Е./

## Содержание

1.	Паспорт программы учебной практики	стр.4
2.	Учебная практика по профессиональному модулю	стр.5
3.	Материально-техническое обеспечение учебной практики	стр.8

# **I. ПАСПОРТ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

## **1. Область применения программы:**

Программа учебной 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 и основного вида профессиональной деятельности (ВПД): Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.

## **2. Цели и задачи учебной практики:**

Формирование у обучающихся первичных практических умений в рамках профессионального модуля ПМ.04 Оценка конкурентоспособности товаров и услуг.

## **3. Требования к результатам учебной практики:**

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

<b>ВПД</b>	<b>Профессиональные компетенции</b>
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:**

Учебная практика – дифференцированный зачет.

## **5. Количество часов на освоение программы учебной практики:**

Всего 36 часов:

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

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

### **1. Результаты освоения программы учебной практики**

Результатом освоения программы учебной практики являются сформированные профессиональные компетенции.

<b>Код</b>	<b>Наименование профессиональной компетенции</b>
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 учебной практики

Учебная практика						
Код	Наименование ПК	Виды работ, обеспечивающих формирование ПК	Объем часов	Формат практики	Уровень освоения	Показатели освоения ПК
1	2	3	4	5	6	
ПК 4.1.	Выполнять задания специалиста более высокой квалификации при проведении маркетинговых исследований.	Ознакомление с Правилами продаж и оказания услуг организации, нормативной и технической документацией (ГОСТы, ТУ, ТИ, СТП, СанПиН, и др.). Ознакомление с предприятием: его организационно-правовой формой, местом расположения, режимом работы, перечнем предоставляемых услуг, основными клиентами, правилами трудового распорядка	2	Концентрированно, торговые организации	2	Ознакомился с Правилами продаж и оказания услуг организации, НТД.
		Изучение деятельности структурных подразделений или специалистов по маркетингу. Анализ эффективности маркетинговой деятельности предприятия торговли	3	Концентрированно, торговые организации	2	Изучает и анализирует деятельность специалистов по маркетингу.
ПК 4.2.	Сравнивать конкурентоспособность аналогичных товаров и (или) услуг.	Определение точек соприкосновения в коммерческом предприятии, анализ качества обслуживания, разработка рекомендаций по совершенствованию качества обслуживания	3	Концентрированно, торговые организации	2	Разрабатывает рекомендации по совершенствованию качества обслуживания.
		Анализ поставщиков. Взаимодействие с контактными аудиториями Анализ социально-экономической среды организации (выявление сегментов потребителей по уровню доходов методом наблюдений и анализа средней суммы чека). Анализ демографической среды методом наблюдений (по полу и возрасту).	3	Концентрированно, торговые организации	2	Проводит анализ поставщиков, социально-экономической и демографической среды.
		Анализ конкурентной среды организации (выявление организаций конкурентов, их количества, определение перечня конкурентных преимуществ организации и ее конкурентов). Оценка конкурентоспособности организации. Проведение SWOT – анализа.	3	Концентрированно, торговые организации	2	Проводит анализ конкурентной среды организации. Оценивает конкурентоспособность организации. Проводит SWOT – анализа.
ПК 4.3.	Планировать комплекс маркетинговых мероприятий.	Разработка анкеты и форм для записи результатов наблюдения/ Определение объема и процедуры выборки, организация сбора данных. Обработка и анализ первичных данных	3	Концентрированно, торговые организации	2	Разрабатывает анкеты.

		По результатам опроса и наблюдений описание профиля основных сегментов потребителей как по классическим так и по ситуационным факторам сегментации	3	Концентрированно, торговые организации	2	Описывает профиль сегментов потребителей
		Подготовка сценария фокус-группы. Проведение фокус – группы с целью выявления предпочтений и отношений потребителей к торговому предприятию. Определение восприятия потребителей .	3	Концентрированно, торговые организации	2	Подготавливает сценарий фокус-группы. Проведена фокус –группа. Определяет восприятия потребителей .
ПК 4.4	Выполнять работы по формированию спроса на товары и услуги.	Участие в разработке цен на товары. Ознакомление со стратегиями ценообразования.	3	Концентрированно, торговые организации	2	Определен преобладающий спрос.
		Ознакомление с видами и методами изучения покупательского спроса на предприятии. Определение вида и характера спроса на товары разных поставщиков, относящихся к одному виду (не менее 10 товаров). Анализ факторов, влияющих на спрос. Проведение опросов потребителей для выявления предпочтений разных товаров	3	Концентрированно, торговые организации	2	Проведен опрос покупателей.
ПК 4.5	Выполнять работы по продвижению товаров и услуг.	Ознакомление со сбытовой политикой организации и каналами распределения. Выявление мероприятий по стимулированию потребителей и персонала.	3	Концентрированно, торговые организации	2	Принимает участие в промоакциях.
		Составление проекта рекламных акций. Участие в проведении рекламных акций. Участие в организации рекламы в местах продаж. Овладение навыками проведения консультаций потребителей товаров и услуг для. организации. Участие в промоакциях (при возможности их проведения).	3	Концентрированно, торговые организации	2	Консультирует покупателей.
		Дифференцированный зачет	1			
		<b>Итого</b>	<b>36</b>			

### **III. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ**

Реализация программы учебной 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 по практике;
- программу практики;
- аттестационный лист по учебной практике;
- план-график консультаций и контроля за выполнением студентами программы учебной практики.