

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»
Факультет Бизнеса
Кафедра Экономической теории и поведенческой экономики

ОТЧЕТ
о прохождении производственной практики
(по профилю специальности)
по профессиональному модулю ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности
в период с «12» января 2025 г. по «18» января 2025 г.
Специальность 38.02.04. Коммерция (по отраслям)

ФИО обучающегося: _____

Группа: _____

ФИО Руководителя: _____



Содержание

I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

II. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.1. Анализ рынка товаров и услуг торгового предприятия

2.2. Выявление потребностей (спроса) на товары и определение соответствующих типов маркетинга

2.3. Анализ реализации маркетинговых мероприятий в соответствии с конъюнктурой рынка

III. Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и практического опыта работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД 2. Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

3.1. Проведение рекламных акций, кампаний, других маркетинговых коммуникаций

3.2. Характеристика процедуры оформления финансовых документов и отчетов

3.3. Характеристика процедуры проведения денежных расчетов с покупателями

3.4. Характеристика процедуры расчета основных налогов

3.5. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности торговой (сбытовой) организации

IV. Заключение



I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/ оптовой) торговли

1. Собрать и изучить общую информацию об организации - базе практики:
 2. Идентифицировать торговое предприятие – базу практики по следующим признакам:
 - фирменное название;
 - вид организации торговли (оптовая/ розничная, оптово-розничная);
 - тип объекта торговли (стационарный или нестационарный торговый объект);
 - вид торгового предприятия по товарному ассортименту (например, торговое предприятие, реализующее специализированный ассортимент товаров);
 - специализация торгового предприятия по товарному профилю (например, магазин «Обувь»);
 - тип предприятия розничной торговли (например, гипермаркет);
 3. Выявить и описать:
 - место расположения торговой организации и режим работы;
 - архитектурное решение фасада здания;
 - инфраструктуру и зоны обслуживания покупателей.
- (Представить фото торгового объекта на следующем слайде)*



Организационный этап

На первом инструктивном совещании были рассмотрены следующие вопросы ...

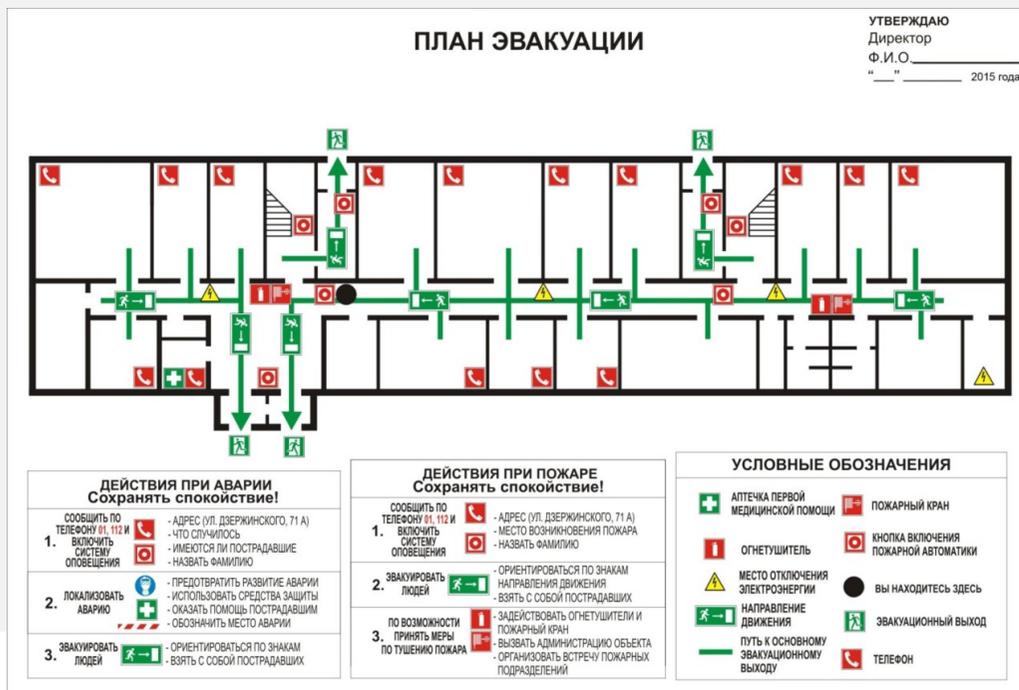
- Требования к внешнему виду: ...
- График работы: ...
- Круг обязанностей: ...



Организационный этап

Изучены инструкции по технике безопасности и охране труда, инструкции о мерах пожарной безопасности, схемы аварийных проходов и выходов

Вставить схему аварийных проходов и выходов (схему эвакуации на месте практики обучающегося)



Организационная структура торгового предприятия



Рисунок 2. Организационная структура ООО «...»



Должностные обязанности сотрудников

Директор (владелец) магазина

- ...
- ...
- ...

Бухгалтер

- ...
- ...
- ...

(Кратко описать должностные обязанности сотрудников организации в соответствии с организационной структурой торгового предприятия)



Виды производственной деятельности

Основным видом деятельности предприятия является:

- ...
- ...
- ...

Рост прибыли на данном предприятии обуславливается следующими факторами:

- ...
- ...
- ...

(Дополнительно разместить фото магазина, оформление торгового зала, витрин и прилавков)



Юридическое обоснование выполняемых операций

Изучить внутренние документы, регламентирующие деятельность торгового предприятия, например:

- Свидетельство индивидуального предпринимателя;
- Коллективный договор;
- Положение об оплате труда;
- Правила внутреннего трудового распорядка;
- Трудовые договоры и т.д.



II. Сбор информации об объекте практики и анализ содержания источников

2.1. Анализ конкурентов

Изучить экономику района деятельности торгового предприятия; рынки, на которых действует торговая организация, диапазон цен на рынке, соотношение спроса и предложения

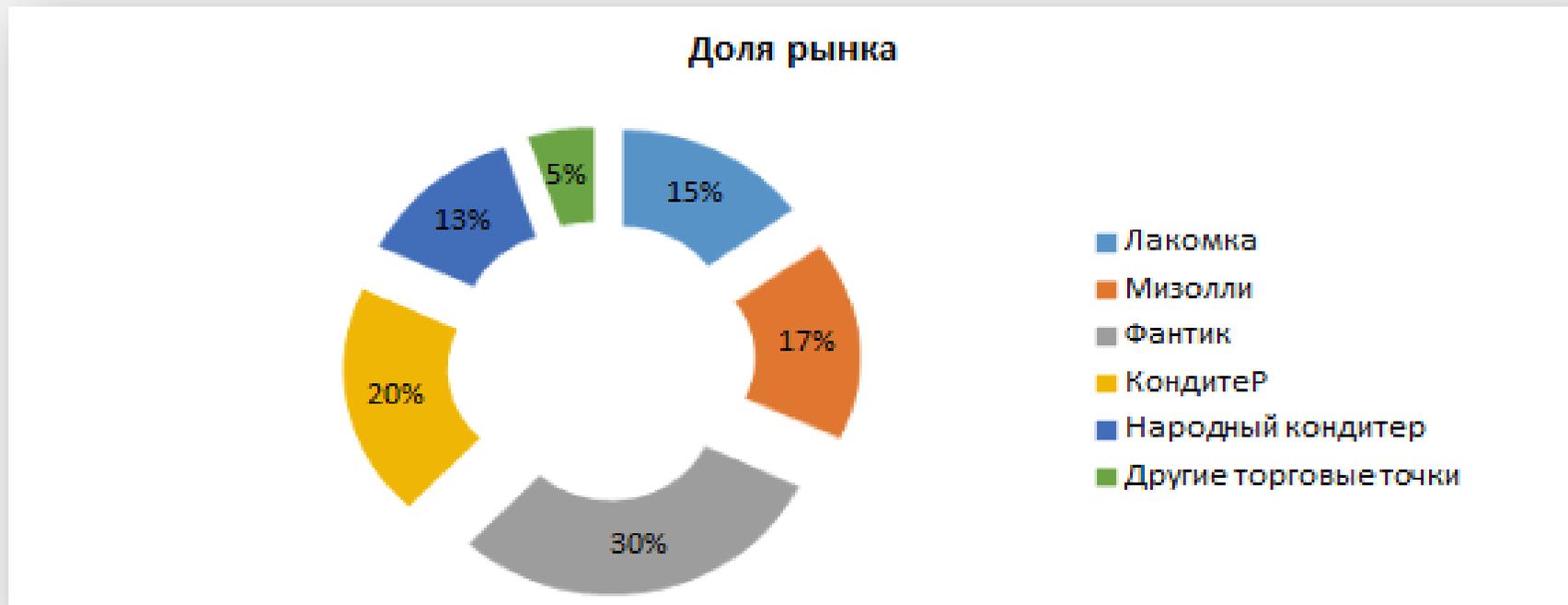


Рисунок 3. Конкуренты ООО «Лакомка»



2.2. Анализ структуры покупателей

- Проанализировать потребителей, особенности их поведения
- Охарактеризовать методы изучения покупательского спроса
- Изучить опыт исследуемого торгового предприятия



2.2. Анализ структуры покупателей

Структура покупателей спортивных товаров по доходу

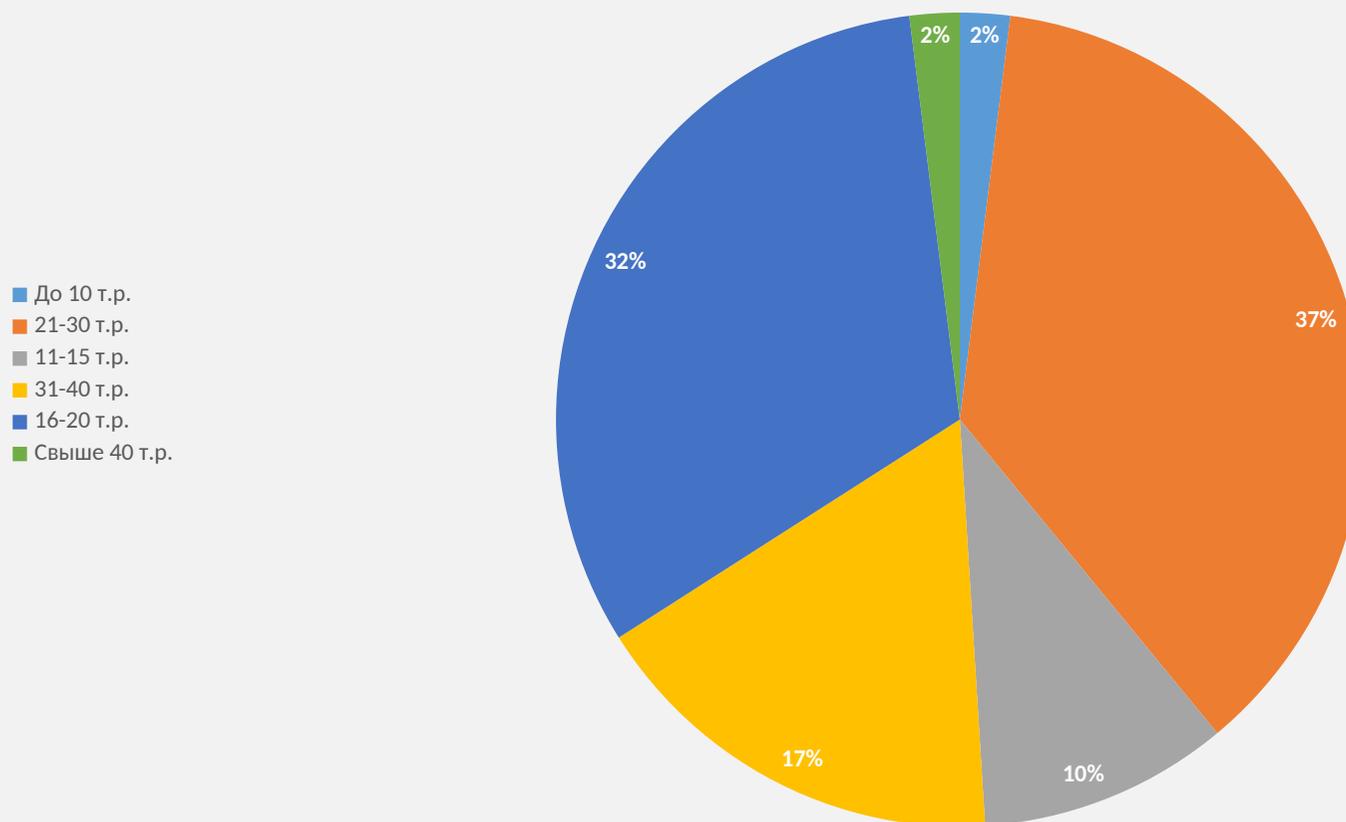


Рисунок 4. Структура покупателей спортивных товаров по уровню дохода на одного члена семьи



2.3. Анализ деятельности отдела маркетинга

Представить организационную структуру отдела маркетинга и продаж, функциональные обязанности работающих сотрудников:

- Менеджер по рекламе и PR;
- Аналитик;
- Маркетолог;
- Project-менеджер;
- Event-менеджер и т.д.

(Описать структуру отдела маркетинга в торговом предприятии, основные задачи сотрудников и требования)



2.3. Анализ деятельности отдела маркетинга

- Рассмотреть взаимосвязь отдела маркетинга с другими подразделениями торговой организации

(Разместить схему взаимодействия отдела маркетинга с другими подразделениями торговой организации, а также с внешними организациями и поставщиками)

- Изучить последовательность маркетинговых мероприятий, применяемых в торговой организации

(Разместить схему, либо таблицу в удобном формате. По результатам анализа сделать вывод)



2.3. Анализ маркетинговой деятельности

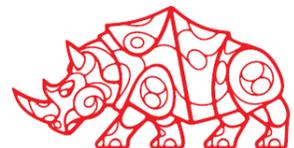
- Рассмотреть маркетинговые стратегии торгового предприятия, оценить их эффективность
- Изучить используемые предприятием каналы коммуникации
- Провести анализ структуры покупателей



2.3. Стратегии ценообразования

- Описать стратегии ценообразования, принятые на предприятии на производимые товары (услуги)

(Представить схему исследуемых стратегий ценообразования)



III. Экспериментально-практическая работа

3.1. Проведение рекламных акций, кампаний, других маркетинговых коммуникаций

- Описать бизнес-процесс планирования и проведения рекламных акций на предприятии, дать краткую характеристику и ожидаемую выгоду для предприятия
- Принять участие в рекламировании товаров (услуг) предприятия и описать этот опыт в отчете
- Представить опыт личного участия или работников отдела в проведении выставок-продаж, дегустации или демонстрации товаров

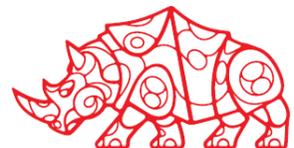
(Представить фотоотчет личного опыта рекламирования товаров (услуг) предприятия)



3.1. Анкетирование потребителей

- Для предприятия, в котором проходите практику, представить обоснование целесообразности выбора и применения маркетинговых коммуникаций

(Представить макет опросного листа (анкеты) для выявления предпочтений разных товаров (услуг), по результатам анкетирования, провести анализ и сделать вывод)



3.2. Процедура оформления финансовых документов и отчетов

- Изучить организацию и порядок составления финансовых документов. Описать порядок составления перечня финансовых документов
- Составить приходные и расходные документы к товарному отчету
- Оформить товарный отчет. Составить акт уценки или списания на нестандартные товары, брак, отходы, недостачу, пересортицу товаров
- Составить акт передачи материальных ценностей. Оформить документы по переоценке и уценке товаров. Принять участие в инвентаризации и оформлении отчета. Представить финансовый план организации – базы прохождения практики

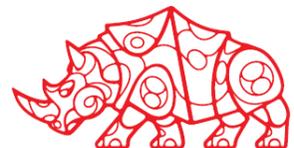
(Представить скан-фото образцов заполненных финансовых документов)



3.3. Процедура проведения денежных расчетов с покупателями

- Перечислить виды и формы расчетов, осуществляемых предприятием в своей хозяйственной деятельности
- Провести проверку подлинности банкнот через детектор подлинности банкнот
- Определить курсовые разницы по операциям с валютой
- Используя кассовый метод, подсчитать денежную выручку за день

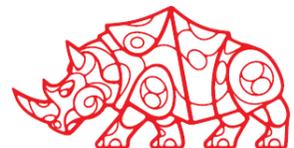
(Представить фото зоны кассового обслуживания, зоны касс самообслуживания)



3.3. Система сбыта торгового предприятия

- Описать систему сбыта торгового предприятия

(Представить схему канала распределения)



3.4. Процедура расчета основных налогов

- Составить перечень налогов, уплачиваемых организацией – базой практики
- Выполнить расчеты и оформить налоговые декларации по видам уплачиваемых налогов

(Представить скан-фото образцов налоговых деклараций по видам уплачиваемых налогов)



3.4. Процедура расчета основных налогов

По каждому налогу рассмотреть следующие элементы:

- объект налогообложения;
- налоговая ставка;
- налоговый период;
- налоговая база;
- порядок исчисления налогов;
- сроки и порядок уплаты;
- установленные льготы;
- отражение суммы исчисленных налогов в бухгалтерском учете;
- порядок составления налоговых деклараций;
- сроки представления налоговых расчетов и деклараций



3.5. Анализ показателей финансово-хозяйственной деятельности

На основе бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах за предыдущий календарный год рассчитать показатели финансового состояния торгового предприятия, такие как:

1. Рентабельность продаж
2. Темпы роста прибыли и выручки от реализации
3. Доходы от торговой надбавки
4. Издержки обращения
5. Валовой доход
6. Налог на прибыль
7. Чистая прибыль



3.5. Анализ показателей экономической деятельности торгового предприятия «...» за 20__-20__ гг.

| Показатели | Значение | | Отклонение +, – | Темп роста |
|--|----------|------|-----------------|------------|
| | 2023 | 2024 | | |
| Например: | | | 2024/2023 | |
| Выручка от реализации продукции, тыс. руб. | | | | |
| Себестоимость товаров, тыс. руб. | | | | |
| Прибыль от реализации продаж, тыс. руб. | | | | |
| Уровень рентабельности, % | | | | |



IV. Заключение

Выводы и рекомендации по итогам прохождения производственной практики (по профилю специальности)

- Сформулировать выводы по результатам анализа работы структурного подразделения, осуществляющего маркетинговую деятельность в организации
- Представить характеристику сегментов потребителей (по уровню доходов, сумме и повторяемости покупок, возрасту, полу и др.)
- Определить конкурентные преимущества организации, описать их перечень в сравнении с конкурентами
- Привести доказательную базу по объему продаж, потребительским и экономическим показателям (рекомендуется оформить в виде таблицы)

