

ПРИЛОЖЕНИЕ А
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И МОЛОДЕЖНОЙ ПОЛИТИКИ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ
ГБПОУ СО «НИЖНЕТАГИЛЬСКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

**ОТЧЕТ ПО
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой деятельности

Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)

Студентка группы : 4К(Д)

Мелентьева Полина

Организация: _

Руководитель практики : Ростокина С.С

Оценка _____

МП

Содержание

Аттестационный лист практики по профилю специальности от организации (экономического субъекта).....	3
Аттестационный лист практики по профилю специальности от образовательной организации.....	4
План освоения компетенций.....	6
Характеристика объекта.....	8
ПК 2.1.....	9
ПК 2.2.....	11
ПК 2.3.....	12
ПК 2.4.....	14
ПК 2.5.....	19
ПК 2.6.....	20
ПК 2.7.....	23
ПК 2.8.....	25
ПК 2.9.....	27
Дневник практики.....	28
Самооценка студента.....	30

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

**Аттестационный лист практики по профилю специальности
от организации (экономического субъекта)**

1. ФИО обучающегося: Мелентьева Полина Дмитриевна
2. Специальность 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»
3. Группа: 4К(д)
4. Место прохождения практики: : ГАПОУ СО НТТЭК столовая
5. Период прохождения практики: с 21.11.2022 по 10.12.2022
6. Оценка уровня освоения профессиональных компетенций:

ПК	Формулировка ПК	балл
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации	
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов	
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	
ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	

5- освоена полностью; 4 – освоена частично; 0 – не освоена

7. Характеристика обучающегося по освоению общих компетенций:

Критерии оценки общих компетенций	балл
Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	
Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	
Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	
Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	
Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.	
Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.	
Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	
Итого	

2 балла проявляется в полном объеме; 1 балла проявляется частично; 0- не проявляется.

Критерии перевода баллов в оценку: «5» – _____ баллов, «4» – _____ балла, «3» – _____ баллов.

Оценка: _____

Дата: _____

Руководитель практики

от организации (экономического субъекта): _____ / _____ /

должность подпись расшифровка подписи

ПРИЛОЖЕНИЕ В
Аттестационный лист практики по профилю специальности
от образовательной организации

1. ФИО обучающегося: Мелентьева Полина Дмитриевна
2. Специальность 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»
3. Группа: 4К(Д)
4. Место прохождения практики: ГАПОУ СО НТТЭК столовая
5. Период прохождения практики: с 21.11.2022 по 10.12.2022
6. Оценка уровня освоения профессиональных компетенций:

ПК	Формулировка ПК	Виды и объем работ, выполненные обучающимися во время практики	Оценка зачтено/не зачтено
ПК 2.1.	Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации	1. Оформление основных финансовых документов: по учету наличных и безналичных денежных средств. 2. Оформление основных финансовых документов: по учету расчетов по оплате труда. 3. Оформление основных финансовых отчетов: бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах. 4. Оформление документов по инвентаризации.	
ПК 2.2.	Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	1. Оформление товаросопроводительных документов с использованием программы 1С: Управление торговлей (1С:Предприятие). 2. Проанализировать правильность оформления сопроводительных документов, имеющихся на предприятии.	
ПК 2.3.	Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынка ресурсов	1. Изучить методику расчёта и анализа показателей оборота розничной торговли. 2. Дать оценку динамики оборота розничной торговли по общему объему и ассортименту. 3. Дать оценку состояния товарных запасов и товарооборачиваемости. 4. Дать оценку состояния товарного обеспечения торговой организации.	
ПК 2.4.	Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	1. Дать оценку состояния трудовых ресурсов торговой организации и использования фонда оплаты труда. 2. Изучить степень выполнения сметы и динамику расходов на продажу (издержек обращения). 3. Изучить динамику валового дохода. 4. Изучить динамику прибыли предприятия. 5. Произвести расчёт розничной цены на два-три наименования товаров. 6. Разработать мероприятия для повышения эффективности работы предприятия.	

ПК 2.5.	Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	1. Выявить потребности, виды спроса и предложить соответствующие им типы маркетинга. 2. Разработать мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта на товары (указать группу). 3. Используя элементы фирменного стиля, составить текст рекламного объявления об открытии данного предприятия. 4. Предложить наиболее эффективные средства распространения данного рекламного обращения.	
ПК 2.6.	Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые коммуникации	1. Описать основные элементы маркетинговых коммуникаций предприятия (пропаганда и пиар). 2. Разработать мероприятия по усовершенствованию маркетинговых коммуникаций и обосновать целесообразность данных маркетинговых коммуникаций.	
ПК 2.7.	Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	1. Провести анализ окружающей среды предприятия (макро, и микросреду предприятия). 2. Составьте анкету для изучения спроса на товары, провести опрос. 3. Подготовить отчет по маркетинговым исследованиям и определить целевой рынок данного предприятия.	
ПК 2.8.	Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	1. Составить план реализации сбытовой политики предприятия в пределах возможностей предприятия, определить ответственных и сроки реализации (определить каналы сбыта, виды и методы сбыта, наиболее подходящие оптово-розничному предприятию). 2. Провести оценку конкурентоспособности товаров; 3. Выявить конкурентные преимущества организации.	
ПК 2.9.	Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	1. Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности организации с использованием приемов сравнительного анализа и детерминированного факторного анализа (абсолютных разниц, цепных подстановок, интегральный, относительных разниц).	

1-освоена; 0- не освоена

7. Характеристика деятельности обучающегося:

	Балл
Соблюдение сроков сдачи отчета	
Правильность оформления отчета (согласно программе практики)	
Виды деятельности по профессиональному модулю описаны в соответствии с программой практики	
Приобретенный практический опыт раскрыт	
Дневник практики оформлен в полном объеме	
Приложены документы к дневнику практики	
Представлен положительный аттестационный лист от организации	
Итого:	

* 2 балла - проявляется в полном объеме; 1 балл - проявляется частично; 0-не проявляется

Критерии перевода баллов в оценку: «5» – _____ баллов, «4» – _____ балла, «3» – _____ баллов.

Оценка: _____

Дата:

Руководитель практики

от образовательной организации: _____ / _____ / _____

должность

подпись

расшифровка подписи

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

ЗАДАНИЕ НА ПРАКТИКУ

План освоения компетенций

по ПМ.02 Организация и проведение экономической и маркетинговой

Наименование профессиональной компетенции	Что нужно сделать
ПК 2.1 Использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности, проводить учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовать в их инвентаризации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оформление основных финансовых документов: по учету наличных и безналичных денежных средств. 2. Оформление основных финансовых документов: по учету расчетов по оплате труда. 3. Оформление основных финансовых отчетов: бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах. 4. Оформление документов по инвентаризации.
ПК 2.2 Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	<ol style="list-style-type: none"> 1. Оформление товаросопроводительных документов с использованием программы 1С: Управление торговлей (1С:Предприятие). 2. Проанализировать правильность оформления сопроводительных документов, имеющихся на предприятии.
ПК 2.3 Применять в практических ситуациях экономические методы, рассчитывать микроэкономические показатели, анализировать их, а также рынок ресурсов	<ol style="list-style-type: none"> 1. Изучить методику расчёта и анализа показателей оборота розничной торговли. 2. Дать оценку динамики оборота розничной торговли по общему объему и ассортименту. 3. Дать оценку состояния товарных запасов и товарооборачиваемости. 4. Дать оценку состояния товарного обеспечения торговой организации.
ПК 2.4 Определять основные экономические показатели работы организации, цены, заработную плату	<ol style="list-style-type: none"> 1. Дать оценку состояния трудовых ресурсов торговой организации и использования фонда оплаты труда. 2. Изучить степень выполнения сметы и динамику расходов на продажу (издержек обращения). 3. Изучить динамику валового дохода. 4. Изучить динамику прибыли предприятия. 5. Произвести расчёт розничной цены на два-три наименования товаров. 6. Разработать мероприятия для повышения эффективности работы предприятия.
ПК 2.5 Выявлять потребности, виды спроса и соответствующие им типы маркетинга для обеспечения целей организации, формировать спрос и стимулировать сбыт товаров	<ol style="list-style-type: none"> 1. Выявить потребности, виды спроса и предложить соответствующие им типы маркетинга. 2. Разработать мероприятия по формированию спроса и стимулированию сбыта на товары (указать группу). 3. Используя элементы фирменного стиля, составить текст рекламного объявления об открытии данного предприятия. 4. Предложить наиболее эффективные средства распространения данного рекламного обращения.
ПК 2.6 Обосновывать целесообразность использования и применять маркетинговые	<ol style="list-style-type: none"> 1. Описать основные элементы маркетинговых коммуникаций предприятия (пропаганда и пиар). 2. Разработать мероприятия по усовершенствованию

коммуникации	маркетинговых коммуникаций и обосновать целесообразность данных маркетинговых коммуникаций.
ПК 2.7 Участвовать в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	<ol style="list-style-type: none"> 1. Провести анализ окружающей среды предприятия (макро, и микросреду предприятия). 2. Составьте анкету для изучения спроса на товары, провести опрос. 3. Подготовить отчёт по маркетинговым исследованиям и определить целевой рынок данного предприятия.
ПК 2.8 Реализовывать сбытовую политику организации в пределах своих должностных обязанностей, оценивать конкурентоспособность товаров и конкурентные преимущества организации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Составить план реализации сбытовой политики предприятия в пределах возможностей предприятия, определить ответственных и сроки реализации (определить каналы сбыта, виды и методы сбыта, наиболее подходящие оптово-розничному предприятию). 2. Провести оценку конкурентоспособности товаров; 3. Выявить конкурентные преимущества организации.
ПК 2.9 Применять методы и приемы анализа финансово-хозяйственной деятельности, осуществлять денежные расчеты с покупателями, составлять финансовые документы и отчеты	<ol style="list-style-type: none"> 1. Провести анализ финансово-хозяйственной деятельности организации с использованием приёмов сравнительного анализ и детерминированного факторного анализа (абсолютных разниц, цепных подстановок, интегральный, относительных разниц).

Характеристика объекта.

Столовая НТТЭК располагается в городе Нижний Тагил, Свердловская область по адресу Ленина 2А. Режим работы с 10:00 - 14:00 без перерыва на обед, суббота, воскресенье – выходной.

Столовая предоставляет услуги питания (завтрак, ланч и обед) Празднование дней рождений, свадеб и других торжественных мероприятий. Также в столовой можно заказать поминки. Заведение пользуется большим спросом, так как удобно в месторасположении, славится вкусными блюдами и низкими ценами. Так же там присутствует «Кафедра» где можно выпить зерновой бодрящий напиток по привлекательным ценам.

Столовая является общедоступной, обслуживают всех желающих во время работы заведения. Все блюда в столовых готовят заранее, а не по индивидуальному заказу. Блюда выбираются из существующего на сегодня ассортимента из предложенных нескольких вариантов первых, вторых и третьих блюд (также обычно имеются дополнительные блюда/изделия — салаты, булочки и т. п.). Обычной формой обслуживания в столовых является самообслуживание. Предприятие открыто по месту учёбы. Режим посещения свободный, с возможностью сервировки столов на определённое количество человек.

Контингент посетителей – учащиеся, сотрудники полиции, работающие неподалеку люди и обычные прохожие.

Интерьер – преобладает классический стиль.

ПК 2.1

Бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах.

A1:DA2A1:CX91		Приложение № 1 к Приказу Министерства финансов Российской Федерации от 02.07.2010 № 66н (в ред. Приказов Минфина России от 05.10.2011 № 124н, от 06.04.2015 № 57н, от 06.03.2018 № 41н, от 19.04.2019 № 61н)			
<p>Формы бухгалтерского баланса и отчета о финансовых результатах</p> <p>Бухгалтерский баланс</p> <p>на _____ 20__ г.</p>					
		Форма по ОКУД		Коды	
		Дата (число, месяц, год)		07	12
Организация ГАПОУ СО НТТЭК столовая		по ОКПО		12345670	
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН		5243001767	
Вид экономической деятельности		по ОКВЭД 2		29,60	
производство общественного питания		ОКВЭД 2			
Организационно-правовая форма/форма собственности		по ОКОПФ/ОКФС		47	16
государственная собствен-		по ОКЕИ		384	
Единица измерения: тыс. руб.					
Местонахождение (адрес): Г. Нижний Тагил Проспект Ленина, 2а					
<input type="checkbox"/> ДА <input type="checkbox"/> НЕТ					
Наименование аудиторской организации/фамилия, имя, отчество (при наличии)					
Идентификационный номер налогоплательщика аудиторской организации/индивидуального аудитора				ИНН	
Основной государственный регистрационный номер аудиторской организации/индивидуального аудитора				ОГРН/ОГРНИП	
Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 1 декабр 20 20 г. ³	На 31 декабря 20 21 г. ⁴	На 31 декабря 20 22 г. ⁵
	АКТИВ				
	I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
1,1	Нематериальные активы	1110	3 648	4 008	2 950
	Результаты исследований и разработок	1120			
	Нематериальные поисковые активы	1130			
	Материальные поисковые активы	1140			
2	Основные средства	1150	1 410 047	1 558 188	1 681 054
	Доходные вложения в материальные ценности	1160			
3,1	Финансовые вложения	1170		350	31 467
	Отложенные налоговые активы	1180	54 983	41 762	47 967
П4,4	Прочие внеоборотные активы	1190	11 432	11 246	22 680
	Итого по разделу I	1100	1 480 110	1 615 554	1 786 118
	II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ				
	Запасы	1210	1 193 703	1 467 289	1 194 633
	Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям	1220	5 004	21 593	12 485
	Дебиторская задолженность	1230	2 303 568	2 687 649	23 958 149
	Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	1240	173 215	321 032	307 624
	Денежные средства и денежные эквиваленты	1250	762 359	1 152 155	165 365
	Прочие оборотные активы	1260	4 481	3 092	32 328
	Итого по разделу II	1200	4 442 330	5 652 810	4 108 254
	БАЛАНС	1600	5 922 440	7 268 364	5 894 372

Пояснения ¹	Наименование показателя ²	Код	На 1 декабр	На 31 декабря	На 31 декабря
			20 20	20 21 г. ⁴	20 22 г. ⁵
	ПАССИВ				
	III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ⁶				
	Уставный капитал (складочный капитал, уставный фонд, вклады товарищей)	1310	158 394	158 394	158 394
	Собственные акции, выкупленные у акционеров	1320	() ⁷	()	()
	Переоценка внеоборотных активов	1340			
	Добавочный капитал (без переоценки)	1350			
	Резервный капитал	1360	23 759	23 759	23 759
	Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	1370	2 159 809	2 024 663	1 894 930
	Итого по разделу III	1300	2 341 962	2 206 816	2 077 083
	IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1410		1 441 107	2 040 771
	Отложенные налоговые обязательства	1420	33 614	37 860	43 269
	Оценочные обязательства	1430			
	Прочие обязательства	1450	3 168	1 637	1 637
	Итого по разделу IV	1400	36 782	1 480 604	2 085 677
	V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА				
	Заемные средства	1510	2 164 071	2 397 352	482 083
	Кредиторская задолженность	1520	1 282 029	1 086 971	1 158 021
	Доходы будущих периодов	1530			
	Оценочные обязательства	1540	97 596	96 621	91 508
	Прочие обязательства	1550			
	Итого по разделу V	1500	3 543 696	3 580 944	1 731 612
	БАЛАНС	1700	5 922 440	7 268 364	5 894 372
Руководитель					
	(подпись)		(расшифровка подписи)		
"	"	20	г.		

ПК 2.2

Оформление товаросопроводительных документов с использованием программы
1С: Управление торговлей (1С:Предприятие).

ПК 2.3

1 анализа показателей оборота розничной торговли.

Показатели	2020			2021				2022			
	Пл н	фак т	Изменения , % от плана	Пл н	Фак т	Изменения , % от плана	От факт а 2020	Пл н	Фак т	Изменения , % от плана	От факт а 2021
Кондитерские изделия	4500	4452	-1,1	5200	5550	+6,7	+24,7	5386	6025	+11,9	+8,6
Сахар	3020	3050	+0,9	3850	3500	-9,1	+14,8	3810	4040	+6,0	+15,4
Крупы, хлебобулочные изделия	4700	4925	+4,8	4878	5550	+13,8	+12,7	5643	5770	+2,2	+4,0
Колбасные изделия	4120	4225	+2,5	5372	5550	+3,3	+31,4	5510	6197	+12,5	-0,7
Рыба и рыбные товары	3560	3850	8,1	4580	4202	-8,3	+9,1	3948	4656	+17,9	+10,8
Молочные продукты	4950	5860	18,4	4850	6360	+31,1	+8,5	6498	6741	+3,7	+6,0
Овощи и фрукты	3660	3256	-11,0	5820	4740	-18,6	+45,6	4472	5128	+14,7	+8,2
ИТОГО	28 510	29 618	+0,5	39 400	35 452	+1,7	+24,7	35 267	38 557	+10,3	+11,6

Из показателей таблицы видно, что в 2020 г. перевыполнение плана составило всего 0,5%, в 2021 г. - 1,7%, в 2022 г. товарооборот увеличился по сравнению с прошлым годом на 11,6%, перевыполнение плана составило 10,3%.

Таким образом, можно сделать вывод, что наилучшим образом предприятие сработало в 2022г.

В 2021 году по сравнению с планом товарооборот увеличился незначительно – на 1,7%, но вместе с тем, в разрезе товарных групп наблюдается значительные колебания между ростом и снижением: так, увеличение товарооборота по сравнению с планом наблюдается по таким товарным группам, как кондитерские изделия – на 6,7%, крупы, макаронны, хлеб и хлебобулочные изделия – на 13,8%, , молочные продукты – на 31,1%.

В 2022 г. рост товарооборота как по сравнению с планом, так и по сравнению с прошлым годом наблюдался по всем товарным группам, при этом наиболее значительное увеличение наблюдалось по сахару и рыбе.

Таким образом, в 2022 г. Столовая сработала лучше, чем в предыдущих годах, так как рост товарооборота произошел как по сравнению с планом, так и с фактом прошлого года, при этом наибольший рост товарооборота наблюдался по таким товарным группам, как сахар и рыбные продукты. При этом в 2021 г. по некоторым товарным группам (сахар, овощи и фрукты) наблюдалось снижение товарооборота по сравнению с планом.

Это свидетельствует о том, что планирование товарооборота в 2021 г. находилось не на должном уровне, поэтому руководству столовой необходимо планировать товарооборот более обоснованно, обращая внимание на те или иные товарные группы.

ПК 2.4

1. Оценка состояния трудовых ресурсов торговой организации

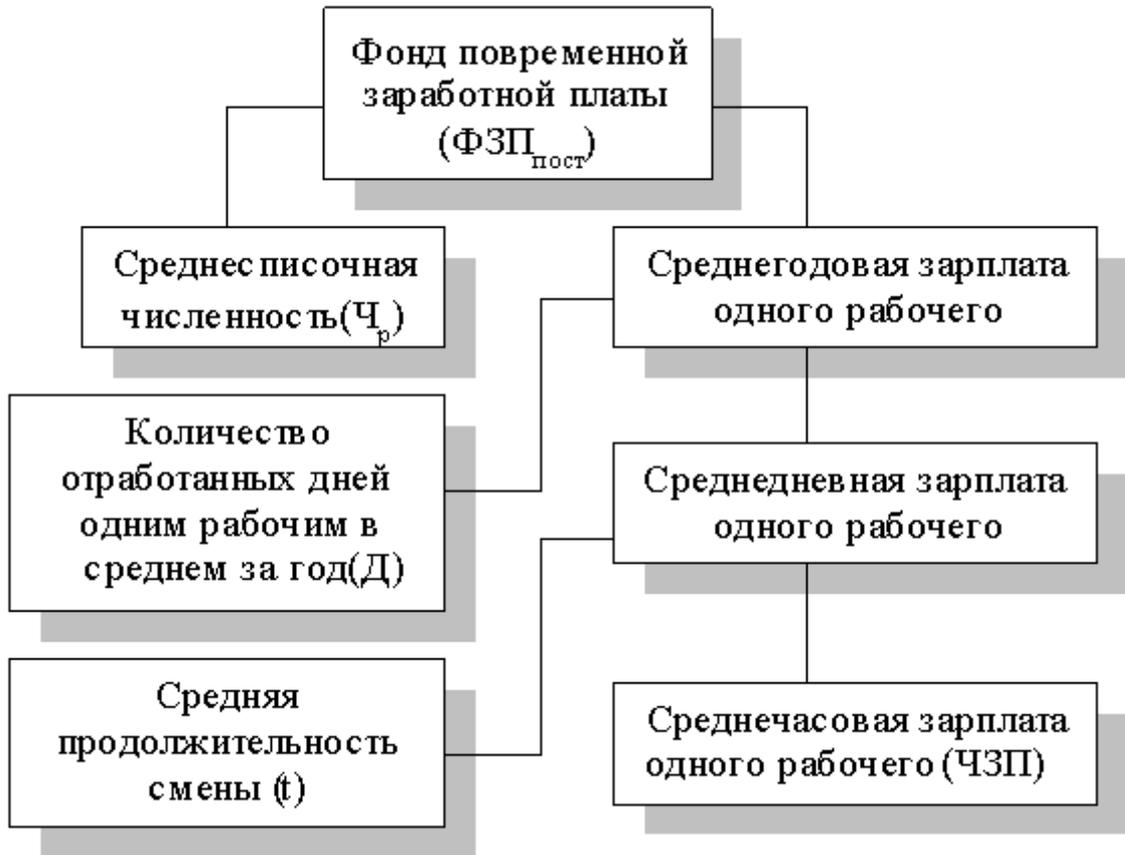
Показатель	Прошлый год	Отчётный год		Рост уровня показателя, %		
		План	Факт	План к прошлому году	Факт к прошлому году	Факт к плану
Товарная продукция, т.руб.	80 200	81 600	81 640	101.7	101.8	100.05
Отработано всеми рабочими человеко-часов	2986120	2896000	2765400	97	92,6	95,5
Удельная трудоёмкость на 1 тыс. руб, ч	37,23	35,48	33,87	95,3	90,97	95,5
Среднечасовая выработка, руб	26,86	28,18	29,52	104,91	109,90	104,75

Вывод. Между трудоёмкостью продукции и уровнем производительности труда существует обратно пропорциональная зависимость. Поэтому общая удельная трудоёмкость продукции зависит от тех же факторов, что и среднечасовая выработка рабочих.

В процессе последующего анализа изучают показатели удельной трудоёмкости по видам продукции. Изменение среднего уровня удельной трудоёмкости может произойти за счёт изменения её уровня по отдельным видам продукции (TE_i) и структуры производства (УД_i). При увеличении удельного веса более трудоёмких изделий средний её уровень возрастает и наоборот

\

Факторная модель постоянной части фонда оплаты труда



Аналогично можно представить факторную модель для фонда заработной платы служащих.

Для расширенного воспроизводства получения необходимой прибыли и рентабельности необходимо, чтобы темпы роста производительности труда опережали темп роста его оплаты. Если этот принцип не соблюдается, то происходит перерасход фонда заработной платы, повышение себестоимости продукции и, соответственно, уменьшение суммы прибыли.

2. степень выполнения сметы и динамика расходов на продажу (издержек обращения).

Показатель, млн руб.	2021	2022	Темп роста, %
1	2	3	4 (3 ÷ 2 × 100)
Расходы по обычным видам деятельности:	681 831	695 754	100,8
– себестоимость продаж	542 195	549 908	100,5
– коммерческие	83	108	130,8
– управленческие	139 553	145 738	104,4
Прочие расходы:	199 628	260 006	130,2
– проценты к уплате	72 148	77 627	107,6
– остальные	127 480	182 379	143,1
Расходы в целом	881 384	955 760	103,9
Для сравнения:	×	×	×
– выручка	848 123	813 074	98,1
– совокупные прочие доходы	131 581	147 057	111,8
– доходы в целом	979 703	960 131	99,0

2022-й оказался неудачным по каждому из трех моментов, на которые предлагали обратить внимание:

совокупные расходы выросли почти на 4% на фоне снижения доходов на 1%. При миллиардных оборотах, как у ОАО «РЖД», даже десятая доля процента – это очень много. Поэтому хоть относительные цифры и не особо впечатляют, абсолютные показывают плохую ситуацию. Общие траты увеличились на 74,3 тыс. руб. В том числе это стало причиной сокращения чистой прибыли на 53,2 тыс. руб. По итогам 2020-го она составляла лишь 0,53% от уровня 2021 г.; негативную роль сыграл

существенный рост прочих расходов. Он составил 30,2%. Это при том, что прочие доходы увеличились чуть меньше 12%.

3. Динамика валового дохода.

Наименование показателей	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение отчетного года от прошлого	Отчетный год в процентах к прошлому
Розничный товарооборот, тыс.руб.				
в действующих ценах	64 217	72 116	7 899	112,3
в сопоставимых ценах	64 127	66 774	2 557	104
Валовой доход от реализации товаров, тыс.руб.	17 403	19 976	2 573	114,8
Издержки обращения, тыс.руб.	13 621	15 375	1 754	112,9
Уровень валового дохода в процентах к товарообороту в действующих ценах, %	27,1	27,7	0,6	-
Уровень валового дохода в процентах к издержкам обращения, %	127,8	129,9	2,1	-

Из данных таблицы следует, что валовой доход торгового предприятия в отчетном году возрастал более высокими темпами, чем розничный товарооборот и издержки обращения. Этому способствовало увеличение массы реализованных товаров и

уровня торговый надбавок, рост розничных цен на товары и соблюдение режима экономии. Сложившиеся соотношения в темпах изменения анализируемых показателей обеспечили предприятию увеличение уровня валового дохода в процентах к товарообороту на 0,6% и в процентах к издержкам обращения на 2,1%, то есть эффективность торговой деятельности, оцениваемая по показателю валового дохода, возросла.

Расчёт розничной цены

№	Наименование	ЕИ	Розничная цена	Покупная цена	Остаток на складе, ЕИ	Произведено по розничной цене	Произведено по покупной цене
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Колбаса докторская	Кг	320	213	200	64 000	42667
2	Сосиски	Кг	370	247	150	55 500	37 000
3	Паштет	Кг	160	107	100	16 000	10 667
4	Итого		850	567	450	135 500	90 334

ПК 2.5

[Ссылка на анкетирование:](https://docs.google.com/forms/d/1jZwiDn9d8lkg2jy8DeRjT0DfSiw1GXcl9UIs_9vXMEI/edit#responses)

https://docs.google.com/forms/d/1jZwiDn9d8lkg2jy8DeRjT0DfSiw1GXcl9UIs_9vXMEI/edit#responses

Текст рекламного объявления

Что покушать на обед?

Соблуди свою фигуру

И красивую натуру

Нет ничего лучше

Чем столовая в «НТТЭК»

Горячие блюда, салаты, десерты,

Есть смузи на выбор – ловите моменты,

И кроме того, каждый из вас

Отметить свой праздник сможет у нас

А также счастливый момент ты лови,

В столовую в будни с семьёй приходи.

Приходите в столовую по адресу Ленина 2А. Работаем ежедневно с 10.00 до 14.00. Для продвижения меню можно разместить объявление на официальном сайте колледжа и в других мессенджерах. Так же рекламное объявление можно разместить в виде афиши или же использовать способ «сарафанного радио», так как у столовой широкий контингент посетителей.

ПК 2.6

1. Описать основные элементы маркетинговых коммуникаций предприятия (пропаганда и пиар).

Основными элементами комплекса маркетинговых коммуникаций являются реклама, стимулирование сбыта, пропаганда и личная продажа.

Разберем несколько из них:

Пропаганда (паблисити) третье средство воздействия комплекса маркетинговых коммуникаций — наличное и не оплачиваемое спонсором стимулирование спроса на товар, услугу или деловую организационную единицу посредством распространения о них коммерчески важных сведений в печатных средствах информации или благожелательного представления по радио, телевидению или со сцены. Под пропагандой чаще всего понимают работу по связям с общественностью (public relations), направленную на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между ней и туристским предприятием.

Pr в системе маркетинговых коммуникаций.

PR — это особая функция маркетинговых коммуникаций, которая способствует установлению и выстраиванию управляемых взаимоотношений с различными контактными аудиториями (потребителями, инвесторами, сотрудниками, окружающей средой и т.п.)-

В отличие от рекламы PR выстраивает коммуникацию между компанией и обществом, тогда как реклама строит все коммуникации вокруг товара. PR в первую очередь выстраивает доверие к источнику информации, т.е. к компании, что значительно повышает эффективность таких коммуникационных инструментов, как реклама, акции стимулирования сбыта, директ-маркетинг и т.п.

2. мероприятия по усовершенствованию маркетинговых коммуникаций

Развитие общественного питания во многом зависит от сложившейся инфраструктуры пищевой промышленности, а также оптовой торговли. Рынок общественного питания Свердловской области активно развивается в настоящее время. Особенностью рынка общественного питания является то, что на конкурентоспособность предприятий этой отрасли в большей степени оказывают влияние неценовые факторы. Цена не является определяющим фактором выбора заведения общественного питания. Наиболее важными являются такие факторы, как уровень и качество обслуживания, кухни, уникальное торговое предложение и другие.

Удобный инструмент структурного описания стратегических характеристик среды предприятия и формулировки направлений его развития - это SWOT-анализ. Цель SWOT-анализа - сформулировать основные направления развития предприятия через систематизацию имеющейся информации о сильных и слабых сторонах организации, а также о потенциальных возможностях и угрозах.

Сильные и слабые стороны:	Возможности:	Угрозы:	
«Сильные стороны»	«Сила и возможности»	«Сила и угрозы»	
1. Удачное расположение столовой	1. Расположение способствует притоку новых покупателей. Есть возможность увеличения спроса.	1. Антиалкогольная политика государства и рост цен приведут к изменению предпочтений потребителей.	
2. Ассортимент с невысокой ценовой планкой.			
3. Повышение заинтересованности	2. Невысокие цены дают возможность увеличения	2. Большая конкуренция	

<p>покупателей путем предоставления дополнительных услуг (Торжественные мероприятия, поминки.)</p> <p>4. Относительная стабильность на рынке, рост товарооборота.</p>	<p>спроса или повышения цен.</p> <p>3. Есть возможность увеличение ассортимента, добавление сопутствующих товаров и услуг с ориентацией на другие сегменты.</p>	<p>3. Возможно предыдущие угрозы приведут к дестабилизации.</p>
---	---	---

SWOT- анализ столовой позволил выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Главное что следует выделить - это:

- 1) наличие возможностей у столовой к повышению качества и эффективности маркетинга и эффективности деятельности в целом;
- 2) наличие объективных сильных сторон, стабильного роста;
- 3) наличие субъективных слабых;
- 4) наличие объективных и субъективных угроз, которых можно избежать.

Соответственно для устранения слабых сторон и избежания угроз необходимо:

- 1) усилить функцию управления в части маркетинга:
 - выработать четкую стратегию;
 - развить рекламную деятельность;
 - повысить контроль за качеством услуг;
 - проводить мониторинг качества, ассортимента, спроса.

ПК 2.7

1. Провести анализ окружающей среды предприятия (макро, и микросреду предприятия).

Маркетинговая среда столовой НТТЭК представляет собой совокупность активных субъектов и сил, действующих как в пределах, так и за пределами столовой, которые оказывают влияние на его стратегию. Вся эту совокупность представляют 3 вида сред:

- Микросреда
- Макросреда

Микросреда

Клиентура – клиентами столовой являются ученики НТТЭК обучающиеся на очной форме, преподаватели НТТЭК, остальные сотрудники (библиотекарь, бухгалтер и тд.). Так же посетителями являются ученики других рядом стоящих колледжей, гос. служащие и прохожие.

Оценка конкурентоспособности

Показатели конкурентной силы 1- Очень слабая 5- очень сильная	вес	Обучающиеся очного отделения	Преподаватели и	Сотрудники и	Гос. служащие	Прохожие
Платежеспособность	0,1	3	5	5	5	4
Стабильность	0,1	5	5	4	3	3

Показатели конкурентной силы 1-Очень слабая	в	Обучающиеся очного отделения	С	Преподаватели	С	Сотрудники	С	Гос. служащие	С	Прох	С
	е	щие	учет	ватели	учет	ники	учет	служащие	учет	ожие	учет
	с	его	ом		ом		ом		ом		ом
		отделен	рейт		рейт		рейт		рейт		рейт
			инга		инга		инга		инга		инга

5- очень сильная		ия										
Платежеспособность	0,5	3	1,5	5	2,5	5	2,5	5	2,5	4	2	
Стабильность	0,5	5	2,5	5	2,5	4	2	3	1,5	3	1,5	
Итого	1	8	4	10	5	9	4,5	8	4	7	3,5	

Конкуренты

Главными конкурентами являются столовые колледжа им. Демидова и педагогический колледж.

Наименование фактора	Вес	Наша организация		Конкуренты			
		Столовая НТТЭК		Столовая колледжа имени Н.А. Демидова		Столовая педагогического колледжа №1	
		Балл	Балл с учетом рейтинга	Балл	Балл с учетом рейтинга	Балл	Балл с учетом рейтинга
Месторасположение	0,1	5	0,5	5	0,5	5	0,5
Ассортимент	0,2	5	1	4	0,8	3	0,6
Ценовая политика	0,15	5	0,75	4	0,6	5	0,75
Качество продукции	0,2	5	1	5	1	5	1
Уровень квалификации персонала	0,2	5	1	3	0,6	3	0,6
Своевременная поставка в торговый зал	0,1	5	0,5	4	0,4	4	0,4
ИТОГО	1	30	4,75	25	3,9	25	3,85

Поставщиками столовой являются ООО "Соломон и Соломон"; ООО "Хэлфи Фуд Энд Рест"

Наименование фактора	Вес	Поставщики			
		ООО "Соломон и Соломон";		ООО "Хэлфи Фуд Энд Рест"	
		Балл	Балл с учетом рейтинга	Балл	Балл с учетом рейтинга
Месторасположение	0,1	5	0,5	5	0,5
Ассортимент	0,2	5	1	4	0,8
Ценовая политика	0,1 5	5	0,75	4	0,6
Качество продукции	0,2	5	1	5	1
Уровень квалификации	0,2	5	1	3	0,6
Своевременная поставка	0,1	5	0,5	4	0,4
ИТОГО	1	30	4,75	25	3,9

2. Составьте анкету для изучения спроса на товары, провести опрос.
3. Подготовить отчёт по маркетинговым исследованиям и определить целевой рынок данного предприятия.

ПК 2.8

Критерии оценки:

5	4	3	2	1
Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Не удовлетворительн о	ужасно

Оценка факторов конкурентоспособности ГАПОУ СО НТТЭК столовая, в
сравнении
с конкурентами

Критерий*	вес	Столовая НТТЭК	Соловая колледжа имени Н.А. Демидова			Столовая педагогического колледжа №1	
		Характеристика	Бал л	характеристика	бал л	характеристика	Бал л
1	2	3	4	5	6	7	8
Месторасположение	0,1	Г. Нижний Тагил, Проспект Ленина, 2а	5	Г. Нижний Тагил, Карла Маркса, 2	5	Г. Нижний Тагил, Островского, 3	5
Широта ассортимента	0,2	предприятие предоставляет 50 позиций в меню	5	Предприятие предоставляет 37 наименований в	4	Предприятие предоставляет 25 наименования	3

				меню			
Цена	0,15	Средний счет 150-200 р.	5	Средний счет 170-250р.	4	Средний счет 160-230р	5
Качество продукции	0,2	Вся продукция свежая	5	Вся продукция свежая	5	Вся продукция свежая	5
Уровень квалификации персонала	0,2	Квалифицированные	5	Квалифицированные и низко квалифицированные	3	Квалифицированные и низко квалифицированные	3
Своевременная поставка в зал	0,1	Поставка в зал осуществляется своевременно	5	Поставка в зал может задержаться	4	Поставка в зал может задержаться	4
Итого	1,0		30		25		25

Наименование фактора	Вес	Наша организация		Конкуренты			
		Столовая НТТЭК		Столовая колледжа имени Н.А. Демидова		Столовая педагогического колледжа №1	
		Балл	Балл с учетом рейтинга	Балл	Балл с учетом рейтинга	Балл	Балл с учетом рейтинга
Месторасположение	0,1	5	0,5	5	0,5	5	0,5
Ассортимент	0,2	5	1	4	0,8	3	0,6
Ценовая политика	0,1 5	5	0,75	4	0,6	5	0,75
Качество продукции	0,2	5	1	5	1	5	1
Уровень квалификации персонала	0,2	5	1	3	0,6	3	0,6
Своевременная поставка в торговый зал	0,1	5	0,5	4	0,4	4	0,4
ИТОГО		30	4,75	25	3,9	25	3,85

В ходе выявления конкурентоспособности рейтинговым способом, на основании реальных данных. Мы смогли выявить наиболее лучшее предприятие , им является столовая НТТЭК, данное предприятие превзошло столовую колледжа имени Демидова на 0,85 баллов. Худшим оказалась столовая педагогического колледжа №1, разница со столовой колледжа имени Демидова составила всего 0,05 баллов. Все три наименования показали себя с хорошей стороны .

ПК 2.9

Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Показатель	Период			Отклонение		Темп роста, %	
	2020	2021	2022	2021 к 2020	2022 к 2021	2021 к 2020	2022 к 2021
	2	3	4	5	6	7	8
Выручка от реализации тыс. руб.	367 415	524 122	554 322	156 707	30 200	142,6	105,8
Численность работников, всего чел.	26	28	28	2	0	107,7	100
Производительность труда на одного работника, тыс. руб.	14 131	18 719	19 797	4 588	1 078	132,5	105,7
Себестоимость реализации тыс.руб.	313 422	458 135	481 047	144 713	22 912	146,2	105
Валовая прибыль, тыс. руб.	53 993	65 987	73 275	11 994	7 288	122,2	111
Коммерческие расходы, тыс. руб.	43 234	50 112	59 342	6 878	9 230	115,9	118,4
Управленческие расходы, тыс. руб.	0	411	543	411	132	100	132,1
Прибыль(убыток) от реализации, тыс. руб.	10 759	15 464	13 390	4 705	-2 074	143,7	86,6
Прочие расходы, тыс. руб.	116	354	314	238	-40	305,2	88,7

ПРИЛОЖЕНИЕ Д

Дневник практики			
Дата	Кол-во отработанного времени	Содержание выполненной работы	Приложения к дневнику
21.11	6	Оформляли финансовые документы по учету наличных и безналичных денежных средств	ПК 2.1
22.11	6	Оформляли финансовые документы по учету расчетов по оплате труда	ПК 2.1
23.11	6	Оформили товаросопроводительные документы с использованием программы 1С	ПК 2.2
24.11	6	Изучила методику расчета и анализ показателей оборота розничной торговли	ПК 2.3
25.11	6	Изучила динамику оборота розничной торговли, состояния товарных запасов и товарооборачиваемости	ПК 2.3
26.11	6	Изучила сметы и динамику расходов на продажу.	ПК 2.4
27.11	6	Изучила динамику валового дохода и прибыли предприятия	ПК 2.4
28.11	6	Выявила потребности, виды спроса и предложила соответствующие им типы маркетинга . составила текст рекламного объявления.	ПК 2.5
29.11	6	Разработали мероприятия по формированию спроса и стимулирования сбыта на товары.	ПК 2.5
30.11	6	Изучили основные элементы маркетинговых коммуникаций предприятия	ПК 2.6
1.12	6	Разработали мероприятия по усовершенствованию маркетинговых коммуникаций	ПК 2.6
2.12	6	Провели анализ окружающей среды	ПК 2.7
3.12	6	Определили целевой рынок	ПК 2.7
4.12	6	Изучили план реализации сбытовой политики предприятия	ПК 2.8
5.12	6	Провели оценку конкурентоспособности товаров , выявили их преимущества	ПК 2.8

ПРИЛОЖЕНИЕ Е
Самооценка студента

Мои достижения	Пояснения
Научилась использовать данные бухгалтерского учета для контроля результатов и планирования коммерческой деятельности	проводила учет товаров (сырья, материалов, продукции, тары, других материальных ценностей) и участвовала в их инвентаризации
Возникшие трудности	Способы их преодоления в будущем
Принимать участие в проведении маркетинговых исследований рынка, разработке и реализации маркетинговых решений	Подробно изучить макро и микро среду.
Имеющиеся неудачи	Способы предотвращения в будущем
Оформлять, проверять правильность составления, обеспечивать хранение организационно-распорядительных, товаросопроводительных и иных необходимых документов с использованием автоматизированных систем	Прийти на консультацию или посмотреть видео уроки по освоению программы 1С.

Я получила опыт	Я оцениваю его (+/-)	Благодаря тому
В ведении документации	+	Благодаря проработке на практике
В установлении контакта с деловыми партнерами	+	Благодаря проработке на практике

Полученный опыт, можно применить на любом розничном торговом предприятии. Я могу применить полученный опыт в ведении своего бизнеса в будущем. Потому что я проработала все эти навыки с опытными специалистами