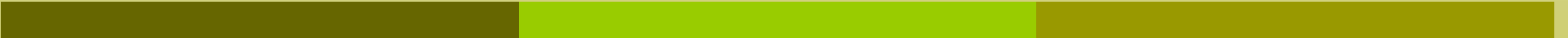


Производственная практика



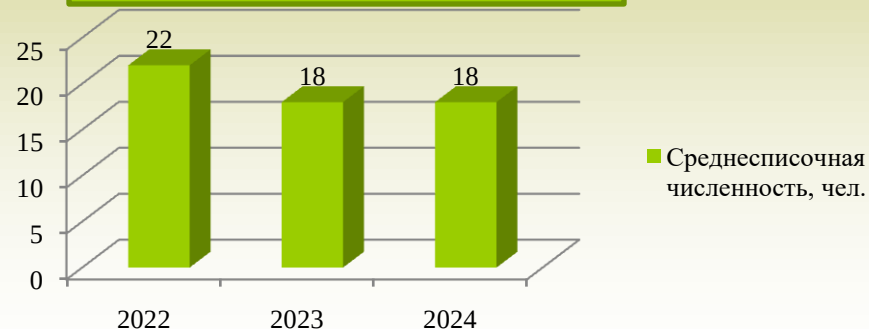
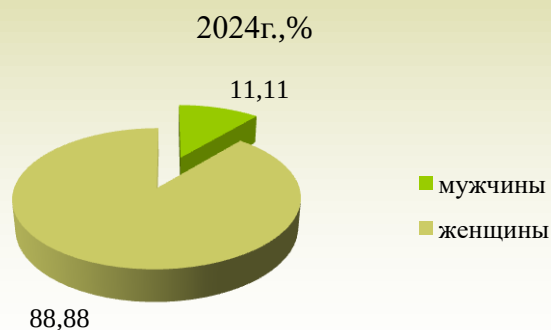
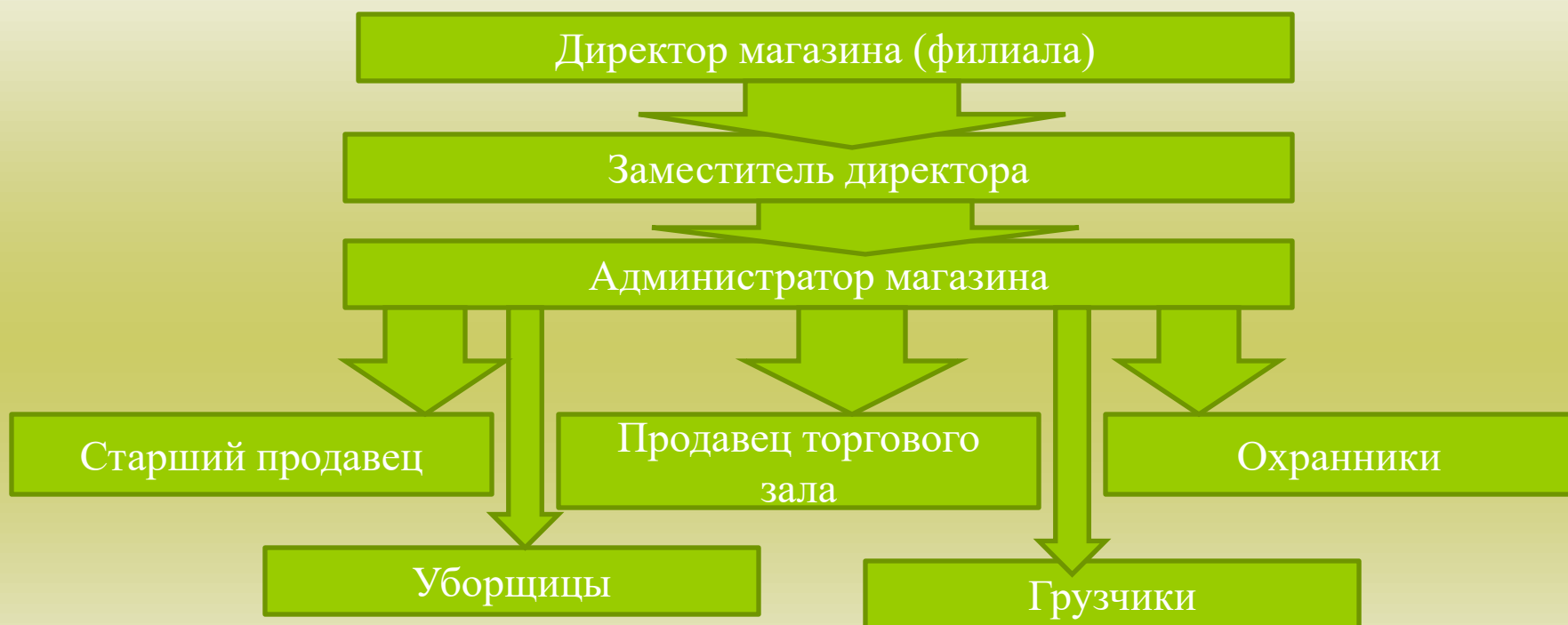
Студент: ФИО

2025 год

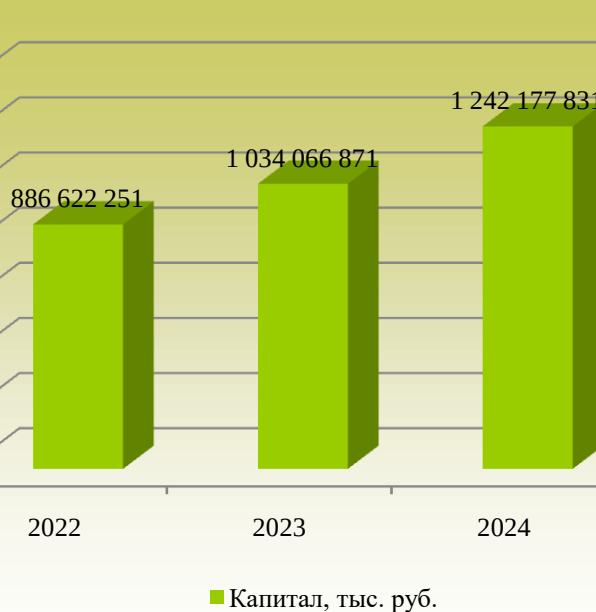
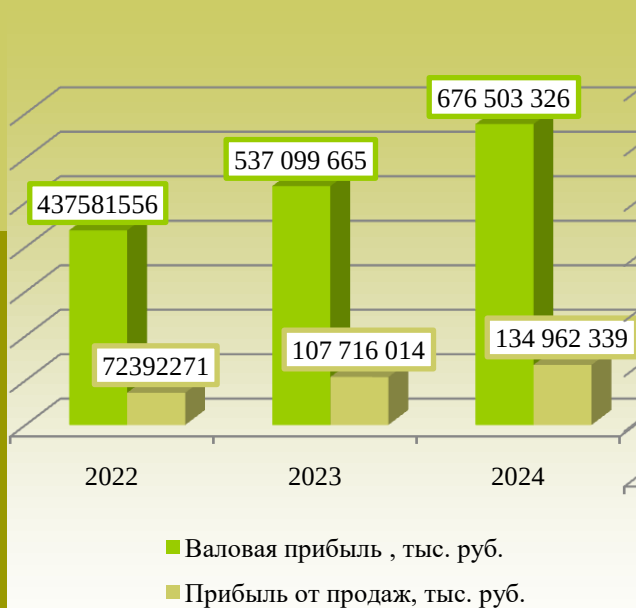
Общая характеристика места прохождения практики

Полное наименование организации	Общество с ограниченной ответственностью «Агроторг»
Краткое наименование	«Агроторг»
Регион	Ленинградская область
Юридический и фактический адрес	г. Санкт-Петербург, вн.тер.г. муниципальный округ № 78, пр-кт Невский, д. 90/92.
ИНН	7825706086
КПП	784101001
Форма собственности	Частная собственность
Организационно-правовая форма	Общество с ограниченной ответственностью
Код регистрации (ОГРН)	1027809237796
Вид деятельности	Торговля продуктами питания

Организационная структура ООО «Агроторг» (Московский филиал)



Экономические показатели ООО «Агроторг»



Оценка внешней и внутренней среды ООО «Агроторг»

Таблица 1- Анализ внешней среды организации

Политические факторы:	Экономические факторы:
Сложная политическая обстановка в мире, военные действия- все это негативно отражается на развитии компании.	Рост инфляции, рост цен на доставку, повышение цен на ресурсы- негативно сказывается на деятельности компании.
Социальные факторы:	Технологические факторы:
Снижение рождаемости, рост смертности из-за военных действий или иных причин, снижение покупательской способности населения- все это негативно сказывается на развитии компании.	Развитие компании на рынке электронной коммерции (доставка продуктов), продажа товаров через маркетплейсы, развитие собственного производства (выпечка)- все это положительно влияет на развитие компании. Появление конкурентов, новых интернет-магазинов и маркетплейсов- создают угрозу в развитии компании.

Таблица 2-Оценка внутренней среды организации

№ п/п	Факторы	Описание
1	Организация	Имеется структура управления (линейно-функциональная), распределение прав и ответственности, разработаны нормы и правила, иерархия подчинения
2	Кадры	Имеются квалифицированные кадры, взаимодействие руководителей и рабочих, управление конфликтами, разработка управленческих решений; осуществляется оценка труда и стимулирование, обучение и продвижение кадров.
3	Финансы	Наличие финансовых ресурсов, постоянный рост прибыли и продаж.
4	Маркетинг	Активное продвижение продукции, имеется собственный сайт, осуществляется доставка продуктов на дом. Предусмотрена система скидок для пенсионеров, а также иных лиц по скидочным накопительным картам.
5	Производство	Осуществляется собственное производство- выпечка и другие продукты.

Схема рынка НТИ «Фуднет»

№ п/п	Направления рынка	Описание
1	Альтернативные источники сырья и пищи	- Искусственно синтезированные «клеточные» пищевые продукты и ингредиенты. - Растительные аналоги продукции животного происхождения. - Новые пищевые композиты, концентраты, нутриенты и ингредиенты. - Кормовые продукты, полученные с применением новых источников сырья и/или биотехнологий. - Продукты и ингредиенты из насекомых/членистоногих для питания и кормления.
2	Персонализированное и специализированное питание	- Продукты для специализированного и функционального питания. - Цифровые решения для персонализированного питания: сервисы сбора, обработки и хранения информации. - Продукты для персонализированного питания. - Домашнее оборудование для производства персонализированного питания.
3	Умное и высокопродуктивное сельское хозяйство	- Устройства и оборудование для автоматизации и роботизации сельхозпроцессов. - Т-сервисы по управлению сельхозпроизводством, датчики, сенсоры и интернет вещей в сельском хозяйстве. - Продукты и устройства для сити-фермерства. - Агробиотехнологии для земледелия, животноводства и аквакультуры. - Конструкты синтетических удобрений и СЗР. - Онлайн-сервисы и профессиональные маркетплейсы в АПК.
4	Умные цепи поставок	- Решения и сопутствующие сервисы для автоматизации и роботизации внутренних процессов в ритейле и HoReCa. - Онлайн-сервисы и маркетплейсы для продажи и доставки пищевых продуктов и готовых блюд конечным потребителям. - Умная и функциональная упаковка. - Сервисы прослеживаемости цикла производства и поставки сельскохозяйственного и пищевого сырья, контроля качества и безопасности с применением блокчейн-технологий.
5	Биологическое и органическое сельское хозяйство	- Органическое сырье и органическая продукция первичной и глубокой переработки. - Новые продукты воспроизводства и переработки высокоценного сырья дикоросов. - Новые типы экологических биоудобрений, биологических средств защиты растений и с/х животных, симбионты. - Органическое семеноводство. - Материалы и продукты для терраформирования и регенерации почв.



Основные виды рекламы компании ООО «Агроторг»

№ п/п	Виды рекламы	Описание
1	Наружная реклама	Баннеры на фасадах магазинов, щиты на парковках.
2	Реклама в магазинах	Стикеры на входных дверях, световые короба на входах в торговый зал, входные турникеты, стикеры на камерах хранения, оформление антенн безопасности, реклама на тележках, на пакетах и разделители покупок.
3	Оформление мест выкладки продукции	Топперы, рубрикаторы или «шелф-баннеры», плакаты на полках, напольные стикеры, рекламный куб от потолка и шелфтокеры.
4	Аудиореклама	В каждом магазине есть внутреннее радио, где может быть размещена реклама.
5	Видеореклама	Экраны в витринах, в кассовой зоне, цифровые шины в зоне ФРОВ и в зоне алкоголя.
6	Телевизионная реклама	«Пятёрочка выручает» -рекламная кампания сети магазинов «Пятёрочка» в 2024 году. В рамках неё вышла серия роликов о «Цен-центре».
7	Реклама на кассах обслуживания	Новый формат рекламных носителей на базе 17 тыс. касс самообслуживания (КСО) в 4 тыс. магазинов в различных регионах России



Реклама для партнеров компании ООО «Агроторг»

Видеореклама: Digital-поверхности для рекламы в магазинах торговых сетей «Пятёрочка»

Аудиореклама: в каждом магазине X5 есть внутреннее радио, где может быть размещена реклама

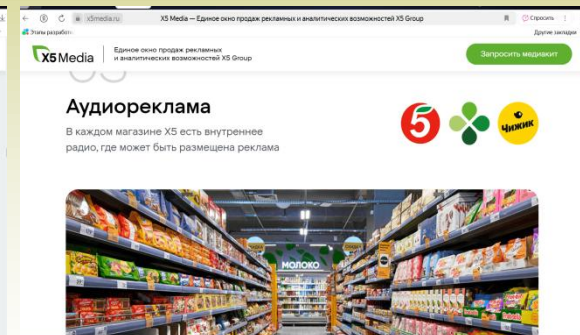
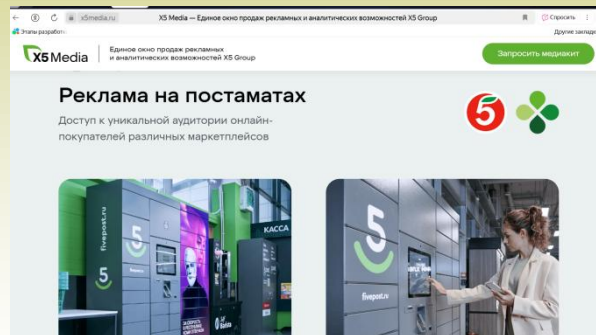
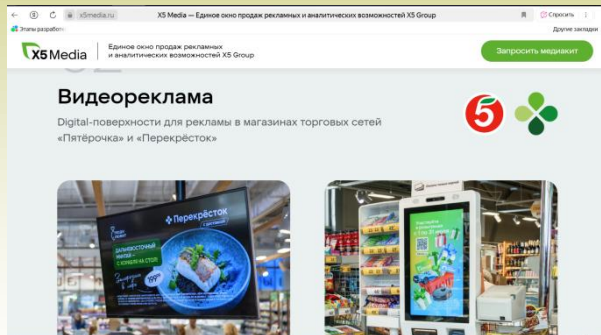
Реклама на постаматах: доступ к уникальной аудитории онлайн-покупателей различных маркетплейсов

Реклама на сайте и в приложении торговой сети «Пятёрочка»

Медиаплатформа Food.ru: контакт с аудиторией в момент выбора рецепта

Социальные сети X5 Group: различные механики интеграции в социальные сети торговых сетей X5 Group и Food.ru

Targeting от Dialog.X5: сегменты покупателей X5 Group для таргетирования на внешних сайтах



Выводы

Объектом практики является торговая компания ООО «Агроторг», которая работает под брендом «Пятерочка». Компания является очень крупной, в настоящее время на территории России насчитывается около 20000 магазинов. ООО «Агроторг» предлагает широкий ассортимент продуктов питания. Сильными сторонами организации является- качественные продукты питания, постоянная система скидок, забота об окружающей среде, развитие собственного производства (пекарня).

В компании имеется разработанная структура управления, все работники осуществляют деятельность на основании инструкций и правил техники безопасности. Бренд компании является достаточно сильным и известным, ООО «Агроторг» осуществляет продажу товаров не только в оффлайн среде, но и через маркетплейсы на рынке электронной коммерции. Также имеется функция доставки товаров.

Несмотря на то, что компания постоянно открывает новые точки продаж, растет выручка и прибыль, тем не менее показатели рентабельности очень низкие, компания является финансово-зависимой, так как наибольшая доля в структуре капитала приходится на заемные источники финансирования. Для того, чтобы организации улучшить свое положение необходима разработка наиболее сильных управленческих решений. В частности, было предложено новое направление- развитие на рынке НТИ «Фуднет». Данный рынок является очень перспективным, и если компания ООО «Агроторг» будет планировать свою деятельность по одному из направлений данного рынка, она сможет обеспечить себе хорошие финансовые доходы, а это положительно повлияет на прибыльность, рентабельность и финансовую устойчивость компании.

Более того, была изучена рекламная деятельность компании, которая показала, что сеть магазинов «Пятерочка» осуществляет различные виды рекламы в целях продвижения собственного бренда, а также предлагает рекламу для сторонних организаций в сети магазинов. Для совершенствования рекламной деятельности было предложено активное внедрение ИИ в маркетинговую деятельность ООО «Агроторг», который позволит осуществлять: гиперперсонализацию, предиктивную аналитику, автоматизирует рутинные задачи, оптимизирует бюджет. Таким образом, организация сможет не только улучшить рекламную деятельность, но и позволит бизнесу выйти на новый уровень управленческого развития.

**Спасибо за
внимание!**