

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО
ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ДОНЕЦКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ЭКОНОМИКИ И
ТОРГОВЛИ ИМЕНИ МИХАИЛА ТУГАН-БАРАНОВСКОГО»

Кафедра маркетинга и коммерческого дела



УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор

Л.А. Омелянович

«31» 08 2020 г.

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ
ПРАКТИКА

Рабочая программа и методические рекомендации
по прохождению практики

Укрупненная группа направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление

Программа высшего профессионального образования бакалавриат

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Факультет маркетинга, торговли и таможенного дела

Курс, форма обучения: 3 очная, заочная

Донецк 2020

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

Кафедра маркетинга и коммерческого дела

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

**Рабочая программа и методические рекомендации
по прохождению практики**

Укрупненная группа направлений подготовки
38.00.00 Экономика и управление
Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело
ПВ ПО бакалавриат очной и заочной форм обучения

СОГЛАСОВАНО:

Директор
ООО «Хайтек»  А.В. Малый
« 28 »  2020 г.

Донецк 2020

Рабочая программа и методические рекомендации по прохождению производственной торгового-технологической практики для обучающихся 3 курса очной и заочной форм обучения укрупненной группы направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление направления подготовки 38.03.06 Торговое дело программы высшего профессионального образования бакалавриат.

«28» 08 2020 г.

Разработчики:

зав. кафедрой маркетинга и коммерческого дела, д.э.н., профессор Азарян Е.М. *Е. Азарян*

к.э.н., профессор кафедры маркетинга и коммерческого дела Локтев Э.М. *Э. Локтев*

ст. преподаватель кафедры маркетинга и коммерческого дела Манаенко Е.И. *Е. Манаенко*

Рабочая программа и методические рекомендации по прохождению производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности рассмотрены и одобрены на заседании кафедры маркетинга и коммерческого дела (протокол № 1 от «28» 08 2020 года)

Зав. кафедрой маркетинга и КД

Е. Азарян

Е.М. Азарян

Рабочая программа и методические рекомендации по прохождению производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности рассмотрены и одобрены на заседании методической (экспертной) комиссии факультета маркетинга, торговли и таможенного дела (протокол № 1 от «31» 08 2020 года)

Председатель методической (экспертной) комиссии



Д.В. Махносов

Д.В. Махносов

СОГЛАСОВАНО:

Зав. учебно-методической лаборатории инновационных технологий и качества образования

Стародубцева Л.Д. Стародубцева

«31» 08 2020 г.

УТВЕРЖДЕНО:

Учебно-методическим советом Университета
Протокол № 1 от «31» 08 2020 года

Председатель *Омельянович* Л.А. Омельянович

УДК 378.147.091.33-027.22(076.5)

ББК 74.480.276я73

А35

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

к.э.н., проф. кафедры маркетинга и коммерческого дела ГО ВПО «ДонНУЭТ» Казакова Е.Б.

к.э.н., доц. кафедры товароведения ГО ВПО «ДонНУЭТ» Ткаченко А.А.

Азарян Е.М.

А 35 Рабочая программа и методические рекомендации по выполнению производственной практики по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности для обучающихся укрупненной группы направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление, направления подготовки 38.03.06 Торговое дело ПВ ПО бакалавриат, очной и заочной форм обучения / Азарян Е.М., Локтев Э.М., Манаенко Е.И.; М-во образования и науки Дон.Нар.Респ, ГО ВПО «Донец. нац. ун-т экономики и торговли им. Михаила Туган-Барановского», каф. маркетинга и коммерческого дела. - Донецк: [ГО ВПО «ДонНУЭТ»], 2020- 30 стр.

Рабочая программа и методические рекомендации разработаны в соответствии с учебным планом направления подготовки 38.03.06 Торговое дело.

В рабочей программе и методических рекомендациях определены цели, задачи, структура и содержание практики; приведены компетенции, формируемые в процессе прохождения практики как составной части учебного процесса; формы и методы контроля над ходом прохождения практики; рассмотрены требования к отчету и его содержанию, особенности подведения итогов.

УДК 378.147.091.33-027.22(076.5)

ББК 74.480.276я73

© Азарян Е.М. и др., 2020

©ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган - Барановского», 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Общие положения.....	6
1. Цели и объекты практики.....	7
2. Задачи практики.....	7
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики.....	8
4. Организация и руководство практикой.....	11
5. Структура и содержание практики.....	14
6. Требования к структуре и оформлению отчета по практике....	14
7. Подведение итогов практики.....	19
8. Аттестация по итогам практики.....	20
9. Список рекомендованных источников.....	21
ПРИЛОЖЕНИЯ	23

Общие положения

Прохождение производственной торгового-технологической практики (далее – практика) является важнейшим компонентом подготовки специалистов в сфере торгового дела и основывается на требованиях Государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело реализуемой в ГО ВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского».

Практика является обязательным вариативным видом учебной работы и входит в Блок 2. «Практика» направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

В соответствии с учебными планами направления подготовки 38.03.06 Торговое дело очной и заочной форм обучения, практика проводится на третьем курсе после завершения экзаменационной сессии за шестой семестр в течение четырех недель.

Практика представляет собой вид самостоятельной деятельности, направленный на углубление и систематизацию теоретико-методологической подготовки обучающихся, приобретение и совершенствование практических навыков формирования торгового-технологических решений в соответствии с требованиями ГОС ВПО, которая должна обеспечить преемственность и последовательность в изучении теоретического и практического материала по курсам профессиональных дисциплин Основной образовательной программы высшего профессионального образования бакалавриата, реализуемой Университетом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (далее ООП ВПО).

Основной целью практики является приобретение умений и навыков в области торгового-технологической профессиональной деятельности.

Основными задачами практики являются:

- углубить и закрепить теоретические знания по циклам профессиональных дисциплин;
- научить применять полученные знания на практике;
- выработать навыки разработки стратегий развития организаций и их подразделений, анализа и оценки их эффективности;
- выработать навыки управления торговыми организациями, командами, проектами и сетями;
- привить интерес к торгового-технологической деятельности.

Общий объем практики составляет 6 зачетных единиц (216 часа).

Форма контроля – дифференцированный зачет.

В результате прохождения практики обучающийся должен приобрести опыт использования на практике научных методов исследования, прогнозирования, моделирования и оценки конъюнктуры рынка и бизнес-технологий, анализа бизнес-процессов торговых предприятий.

1. Цели и объекты практики

Практика является обязательным разделом основной образовательной программы бакалавров. Она представляет собой вид учебных занятий непосредственно ориентированных на профессионально-практическую подготовку обучающихся.

Цель данной практики – закрепить теоретические знания, сформировать умения, навыки и применять их в организации, управлении и проектировании процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности, мерчендайзинга и совершенствовании торгово-технологических процессов.

Объектами практики являются товары потребительского и производственного назначения; услуги по торговому обслуживанию покупателей; коммерческие, товароведные, логистические, торгово-технологические и маркетинговые процессы; потребности и поведение потребителей; средства рекламы и мерчендайзинга; методы, средства и организация испытания и контроля качества товаров (услуг); организация научно-исследовательских процессов, образовательные средства и методы.

2. Задачи практики

В задачи практики входят:

- выбор инноваций в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), анализ и оценка их экономической эффективности;
- выявление рисков профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) и разработка мероприятий по их предупреждению;
- обоснование и выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;
- сравнительный анализ и оценка эффективности инновационных торгово-технологических, или маркетинговых, или логистических, или рекламных, или мерчендайзинговых технологий;
- стратегический анализ проблем организации (предприятия), выбор оптимальных вариантов решения и их практическая реализация;
- организация и управление бизнес-планированием и реализация бизнес-проектов организации (предприятия);
- прогнозирования и выбора тактики и стратегии организации (предприятия);
- организация и управление бизнесом на рынке товаров и услуг, анализ бизнес-среды организации (предприятия);

- анализ деятельности организации (предприятия), планирование и принятие решений в области коммерции, или маркетинга, или логистики, или рекламы, или товароведения; оценка их эффективности;
- разработка и управление товарной политикой организации (предприятия);
- анализ, оценка и прогнозирование результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламой, или логистической, или товароведной);
- планирование рекламной деятельности и организация его реализации;
- разработка мерчандайзинговых программ и организация их реализации;
- управление и оптимизация внутренней и внешней логистики торгового предприятия;
- организация и проведение товароведной экспертизы;
- проектирование, разработка и реализация информационного и технологического обеспечения профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);
- поиск идей, проектирование и разработка новых товаров и услуг, форм и средств рекламы, технологий мерчандайзинга;
- прогнозирование спроса, проектирование и формирование ассортимента товаров;
- оценка конкурентоспособности товаров (услуг) и организаций (предприятий), разработка и организация реализации программы ее обеспечения;
- организация проектирования, разработки и реализации бренд-технологий.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики

Практика направлена на формирование общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций в соответствии с требованиями ГОС ВПО.

<i>Код и наименование компетенции</i>	<i>Код и наименование индикатора достижения компетенции</i>
ПК-1 Способность осуществлять предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги	ИДК-1 _{ПК-1} Знать требования действующего законодательства и нормативных правовых актов, Основы бухгалтерского учета, особенности ценообразования на рынке (по направлениям) ИДК-2 _{ПК-1} Уметь обрабатывать и анализировать информацию о ценах на товары, работы, услуги; обрабатывать, формировать и хранить данные, информацию, документы, в том числе полученные от

	<p>поставщиков</p> <p>ИДК-3_{ПК-1} Владеть методами определения и обоснования начальных максимальных цен контракта, основами информатики в части применения к закупкам; этикой делового общения и правила ведения переговоров.</p>
<p>ПК-2 Способность осуществлять подготовку закупочной документации</p>	<p>ИДК-1_{ПК-2} Знать требования действующего законодательства и нормативных правовых актов; основы бухгалтерского учета; особенности составления закупочной документации.</p> <p>ИДК-2_{ПК-2} Уметь описывать объект закупки, разрабатывать закупочную документацию, работать в единой информационной системе.</p> <p>ИДК-3_{ПК-2} Владеть навыками формирования требований, предъявляемых к участнику закупки; формирования порядка оценки участников; составления закупочной документации.</p>
<p>ПК-3 Способность осуществлять обработку результатов закупки и продажи, заключение контрактов</p>	<p>ИДК-1_{ПК-3} Знать требования действующего законодательства и нормативных правовых актов; основы бухгалтерского учета; особенности ценообразования на рынке (по направлениям).</p> <p>ИДК-2_{ПК-3} Уметь анализировать поступившие заявки; оценивать результаты и подводить итоги закупочной процедуры; формировать и согласовывать протоколы заседаний закупочных комиссий на основании решений, принятых членами комиссии по осуществлению закупок.</p> <p>ИДК-3_{ПК-3} Владеть навыками обработки заявок, проверки банковских гарантий, оценки результатов и подведения итогов закупочной процедуры; осуществления процедуры подписания контракта с поставщиками (подрядчиками, исполнителями); организации осуществления оплаты поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги, а также отдельных этапов исполнения контракта.</p>
<p>ПК-4 Способность составлять планы и обоснование закупок и продаж</p>	<p>ИДК-1_{ПК-4} Знать требования действующего законодательства и нормативных правовых актов; порядок установления ценообразующих факторов и выявления качественных характеристик, влияющих на стоимость товаров, работ, услуг (по направлениям); основы статистики в части применения к закупкам.</p> <p>ИДК-2_{ПК-4} Уметь подготавливать план закупок, план-график, вносить в них изменения; работать с закупочной документацией; обрабатывать и хранить данные</p> <p>ИДК-3_{ПК-4} Владеть навыками размещения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"; публикации в печатных изданиях плана закупок и внесенных в него изменений; разработки плана закупок и осуществления подготовки изменений для внесения в план закупок; обеспечения подготовки обоснования закупки при формировании плана закупок.</p>
<p>ПК-5 Способность осуществлять процедуры закупок и продаж</p>	<p>ИДК-1_{ПК-5} Знать требования действующего законодательства и нормативных правовых актов; регламенты работы электронных торговых площадок;</p>

	<p>порядок согласования и формирования требований к закупаемым товарам, работам, услугам.</p> <p>ИДК-2_{ПК-5} Уметь выбирать способ определения поставщика; составлять и оформлять отчетную документацию, работать в единой информационной системе.</p> <p>ИДК-3_{ПК-5} Владеть навыками составления отчетной документации; обработки, формирования, хранения данных.</p>
<p>ПК-6 Готовность к проверке соблюдения условий контракта, качества представленных товаров, работ, услуг</p>	<p>ИДК-1_{ПК-6} Знать методологию проведения проверки (экспертизы) закупочной процедуры и документации; порядок составления документа в виде заключения по результатам проверки (экспертизы) закупочной процедуры и документации; особенности подготовки документов для претензионной работы.</p> <p>ИДК-2_{ПК-6} Уметь производить проверку соответствия фактов и данных при предоставлении (предъявлении) результатов, предусмотренных контрактом, условиям контракта; привлекать сторонних экспертов или экспертные организации для экспертизы (проверки) соответствия результатов, предусмотренных контрактом, условиям контракта; составлять и оформлять по результатам проверки документ</p> <p>ИДК-3_{ПК-6} Владеть навыками осуществления проверки соответствия результатов, предусмотренных контрактом, условиям контракта; организации процедуры приемки поставленного товара, выполненной работы (ее результатов), оказанной услуги и создание приемочной комиссии</p>
<p>ПК-7 Способность к педагогической деятельности по проектированию и реализации образовательного процесса</p>	<p>ИДК-1_{ПК7} Знать нормативные документы по вопросам обучения и воспитания; пути достижения образовательных результатов и способы оценки результатов обучения; рабочую программу и методику обучения по преподаваемому предмету.</p> <p>ИДК-2_{ПК7} Уметь объективно оценивать знания обучающихся на основе тестирования и других методов контроля в соответствии с реальными учебными возможностями обучающихся.</p> <p>ИДК-3_{ПК7} Владеть навыками планирования и проведения учебных занятий; систематического анализа эффективности учебных занятий и подходов к обучению; оценки текущих и итоговых результатов освоения основной образовательной программы обучающимися</p>

В результате прохождения практики обучающийся должен быть подготовлен к решению следующих профессиональных задач в области научно-исследовательской деятельности:

- выбор инновационных систем закупки и продажи товаров, торгового обслуживания покупателей;

- стратегический анализ проблем организации (предприятия) и выбор оптимальных вариантов их решения;
- организация и управление бизнесом на рынке товаров и услуг, анализ и оценка бизнес-среды организации (предприятия);
- планирование и принятие решений в области коммерции, или маркетинга, или логистики, или рекламы, или товароведения; оценка их эффективности;
- разработка и управление товарной политикой организации (предприятия);
- анализ, оценка и прогнозирование результатов профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной).

4. Организация и руководство практикой

Практика проводится на предприятиях и организациях любых форм собственности и направлений деятельности Донецкой Народной Республики под руководством преподавателя кафедры маркетинга и коммерческого дела ГО ВПО «ДонНУЭТ им. М. Туган-Барановского» и специалиста (руководителя) соответствующего подразделения базы практики. Практика, организуемая на базе сторонних организаций, осуществляется на основе договоров между ГО ВПО «ДонНУЭТ им. М. Туган-Барановского» и соответствующими предприятиями и организациями.

Обучающиеся имеют право самостоятельно определить место практики. Для этого необходимо предоставить на кафедру маркетинга и коммерческого дела письмо-запрос заинтересованного предприятия (Приложение А) не позднее, чем за месяц до формирования приказа о прохождении практики. Обучающиеся, совмещающие обучение с трудовой деятельностью, вправе проходить практику по месту трудовой деятельности в случаях, если профессиональная деятельность, осуществляемая ими, соответствует требованиям к содержанию практики.

При выборе базы практики обучающийся должен учитывать следующие критерии:

- наличие квалифицированного руководства;
- возможность сбора материалов для отчета по практике и последующего проведения научных исследований;
- наличие условий для приобретения навыков работы по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело.

Перед началом практики обучающийся обязан получить у руководителя курса бланк предписания на практику, оформить его в предприятии.

Общее методическое руководство практикой осуществляется кафедрой маркетинга и коммерческого дела. На кафедру возлагается контроль над выполнением программы практики обучающихся, эффективностью и

качеством ее проведения.

Для ознакомления обучающихся с целями и задачами практики декан факультета и заведующий кафедрой проводит организационное собрание перед ее началом.

Учебно-методическое руководство практикой осуществляют научные руководители, назначенные кафедрой и руководители практики от предприятий.

Вопросы, требующие разъяснения по выполнению программы практики, обучающиеся ставят перед руководителем практики от университета во время проведения консультаций, которые проводятся не реже двух раз в неделю. Во время проведения консультаций и собеседования выявляется степень выполнения предусмотренных заданий, даются необходимые указания относительно дальнейшей работы.

Руководитель практики от университета обязан:

- перед практикой провести необходимую организационно-методическую работу, провести инструктаж о порядке прохождения практики;

- разработать и выдать индивидуальное задание, проверить наличие дневника, направления;

- консультировать обучающихся по вопросам, связанным с прохождением практики;

- осуществлять контроль над выполнением индивидуального задания, календарного графика прохождения практики, ведения дневника и рабочей тетради и соответствием содержания практики, установленным требованиям;

- оказывать методическую помощь обучающимся при выполнении ими индивидуальных заданий, а также при сборе материалов к выпускной квалификационной работе;

- оценить результаты прохождения обучающимися практики и дать письменный отзыв, записав его в дневник по окончании срока прохождения практики;

- принять защиту отчета, оценив качество его написания и установить в ходе собеседования глубину усвоения обучающимся вопросов программы практики.

Руководитель практики от профильной организации обязан:

- согласовывают индивидуальные задания, содержание и планируемые результаты практики;

- предоставляют рабочие места обучающимся;

- обеспечивают безопасные условия прохождения практики обучающимся, отвечающие санитарным правилам и требованиям охраны труда;

- проводят инструктаж по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, а также правилами внутреннего трудового распорядка.

Обучающийся-практикант обязан:

- внимательно ознакомиться с содержанием практики и составить календарный график прохождения практики, с указанием основных вопросов, которые необходимо изучить;
- соблюдать правила внутреннего трудового распорядка;
- соблюдать правила охраны труда и технику безопасности;
- вести дневник практики, в котором ежедневно делать записи о проделанной работе;
- вести рабочую тетрадь, в которой необходимо накапливать статистические и экономические данные для написания отчета;
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- завершить прохождение практики написанием отчета и защитой его на кафедре маркетинга и коммерческого дела.

Перед началом практики обучающийся получает рабочую программу практики, индивидуальное задание (при необходимости), дневник и направление на практику установленного образца.

В период прохождения практики обучающийся обязан вести дневник, в котором согласно заданию, еженедельно отражает объем и характер выполненной работы, описывает порядок выполнения задания. Ведение дневника еженедельно контролируется научным руководителем. Информация, имеющаяся в дневнике обучающегося, является основой для написания отчета по практике.

В дневнике практики ставится печать предприятия в день начала и окончания практики, руководитель практики от предприятия оценивает качество работы обучающихся (отзыв о работе) и ставит подпись.

5. Структура и содержание практики

Таблица 1 - Содержание практики по разделам и видам работ

№ п/п	Разделы (этапы) практики	Виды работ на практике, включая самостоятельную работу	Формы текущего контроля
1	Подготовительный	Организационное собрание; инструктаж по технике безопасности; ознакомление с целями, задачами и программой практики, порядком оформления отчетной документации; получение от руководителя индивидуального задания практики	Отметка в календарный график
2	Исследовательский и практический	Знакомство с предприятием, его организационной структурой, видами деятельности; изучение вопросов, предусмотренных индивидуальным заданием руководителя; подготовка инструментария проводимых исследований - ознакомление с научной литературой, нормативной и иной документацией по проблематике	Отметки в календарный график

		исследований, выбор методов и средств решения задач исследования	
		Сбор, обработка, анализ и систематизация фактического и аналитического материала	
		Выполнение поручений руководителя практики на предприятии (в организации)	
3	Аналитический	Заполнение дневника практики; подготовка отчета по практике	Отметка в календарный график
4	Сдача и защита отчета по практике	Сдача отчета руководителю практики от кафедры, защита отчета	Дифференцированный зачет

6. Требования к структуре и оформлению отчета по практике

Отчет по практике составляется индивидуально каждым обучающимся и должен отражать его деятельность в период практики, который должен соответствовать заданной структуре.

Структура отчета строится в соответствии с основными разделами задания. Отчет должен иметь следующие структурные элементы:

- титульный лист, подписанный руководителями практики от университета и предприятия (приложение Б);
- направление на практику;
- характеристика-отзыв руководителя предприятия;
- дневник практики (в соответствии с заданием);
- основная часть отчета по практике, включающий текстовые, табличные и графические материалы, отражающие решение предусмотренных заданием вопросов;
- список литературы;
- приложения.

Основная часть отчета по практике должна включать в себя следующие разделы:

6.1 Краткая финансово-организационная характеристика предприятия (организационно-правовая форма предприятия, форма собственности, месторасположение, режим работы, виды деятельности, организационная структура предприятия, перечень оказываемых основных и дополнительных услуг, оценка финансово-экономического положения предприятия).

6.2 Оценка конкурентной позиции предприятия на рынке (общий анализ рынка, его динамики и емкости, потребительский сегмент, основные конкуренты, ценовая, ассортиментная, сбытовая политика предприятия торговли).

6.3 Анализ торгово-технологической деятельности торгового предприятия (устройство и планировку торгового предприятия, зонирование

торгового зала, способ расстановки оборудования, техническую оснащенность, направление покупательских потоков, расчет эффективности использования торговой площади, анализ торгово-технологического процесса на предприятии).

6.4 Исследование форм торгового обслуживания покупателей и методов продажи товаров (в том числе на основе результатов первичного маркетингового исследования с самостоятельно разработанным инструментарием);

6.5 Анализ закупочной деятельности в торговом предприятии (в том числе источники поступления товаров, подготовку к заключению договоров и контрактов купли-продажи., анализ содержания договора, данные об объемах закупки и фактическое поступление товаров по отдельным поставщикам и по ассортименту, оперативный учет выполнения поставок товаров, порядок и сроки предъявления претензий и исков по поставкам);

6.6 Анализ организации доставки товаров в торговое предприятие (составление и согласование графиков завоза товаров, контроль за их выполнением, частоту и партионность завоза товаров, договоры по перевозке грузов, взаимоотношения с транспортными организациями, порядок приемки товаров в торговом предприятии по количеству и качеству, действия предприятия при поступлении дефектных товаров);

6.7 Исследование организации деятельности по продвижению в торговом предприятии (рекламные средства, методы стимулирования продажи товаров, способы рекламно-информационного оформления торгового зала);

6.8 Формулировка проблем предприятия и разработка предложений по их решению (включая экономическую и социальную оценку эффективности).

Все ответы должны быть основаны на внутренних нормативных актах предприятия, бухгалтерской отчетности и других документах, содержащих информацию о деятельности предприятия. Расчеты должны быть представлены в форме динамических таблиц (показатели рассчитываются в динамике за 2-3 последних года).

Отчет должен основываться на аналитических материалах с обязательной оценкой изученного практического опыта, выводами и предложениями по решению выделенных проблем.

Общими требованиями к отчету являются: соответствие заданию, целевая направленность, логичность изложения материала, полнота освещения вопросов, предусмотренных программой практики, доказательность выводов, грамотность оформления.

Выполнение задания предполагает приложение необходимых документов или извлечений из них. Количество приложений не ограничивается.

Введение не должно содержать общие рассуждения обучающихся по теоретическим вопросам, а должно давать общую характеристику и структуру отчета по практике с указанием полного наименования

предприятия, целей, задач и результатов практики, в том числе получение рабочей профессии.

Структура и содержание других разделов отчета должны отображать вопросы программы и практического задания.

По результатам прохождения практики обучающийся должен изложить свои выводы и предложения. Выводы и предложения являются важной составной частью отчета, поскольку носят творческий характер и отображают конечный результат практики. Выводы должны содержать короткое обобщение проделанной работы по каждому разделу программы практики, а предложения - конкретные меры, которые предлагаются обучающимся по решению проблем, которые выявлены, устранению недостатков, использованию передового опыта, повышению качества обслуживания покупателей и эффективности работы предприятия. Выводы и предложения должны быть короткими, конкретными, обоснованными, с примерами, а по возможности и экономическими расчетами и быть адресованы конкретным исполнителям.

Отчет выполняется машинным (на компьютере) способом на одной стороне листа белой бумаги формата А4 (210x297 мм). Используемый шрифт - Times New Roman, кегль 14, межстрочный интервал – 1,5. Поля: верхнее, нижнее – 2 см, левое – 3 см, правое – 1,5 см. Отступ первой строки абзаца – 1,25 см. Форматирование основного текста и ссылок – в параметре «по ширине».

Структурные элементы «Содержание», «Введение», «Выводы и предложения», не нумеруют, а их наименования служат заглавиями.

При написании отчета стоит придерживаться нумерации арабскими цифрами.

Разделы и подразделы должны иметь заглавия. Пункты и подпункты могут иметь заглавия. Заглавия структурных элементов отчета нужно располагать в середине строки без точки в конце, не подчеркивая. Перенос слов в заглавии не допускаются. Если заглавие состоит из двух и больше предложений, то их разделяют точкой.

Страницы следует нумеровать, соблюдая сквозную нумерацию по всему тексту работы. Номер страницы проставляется в правом верхнем углу страницы без точки в конце. Титульный лист включают в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не ставят. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных страницах, включают в общую нумерацию страниц.

Разделы должны иметь порядковую нумерацию в пределах работы и обозначаться цифрами 1,2,3 и т.п.. Подразделы нумеруются в пределах раздела арабскими цифрами, разделенными точкой, например, 1.1,1.2 или 1.1.1,1.1.2 и т.п.

Иллюстрации (чертеж, рисунки, графики, схемы, диаграммы) следует располагать непосредственно после текста, в котором они упоминаются в первый раз или на следующей странице. На все иллюстрации должны быть

даны ссылки.

Иллюстрации должны иметь название, которое размещается под ними. При необходимости под иллюстрацией размещают объясняющие данные (подрисовочный текст). Иллюстрация обозначается словом «Рисунок», которое размещают вместе с названием иллюстрации после объясняющих данных, например «Рисунок 3.1. - Схема размещения». Иллюстрации следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах раздела, за исключением иллюстраций, которые приводятся в приложениях. Номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенного точкой, например, 3.2 - второй рисунок третьего раздела.

Таблицы следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах раздела, за исключением таблиц, которые приводятся в приложениях. Номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенного точкой, например, таблица 2.1 - первая таблица второго раздела.

Таблицы должны иметь название, которое печатается малыми буквами (кроме первой прописной) и находится над таблицей. Название должно быть коротким и отображать содержание таблицы.

Объяснение к отдельным данным, приведенным в тексте или таблицах, допускается оформлять сносками. Сноски означают надстрочными знаками в виде арабских цифр (порядковый номер) со скобкой. Знаки сноски ставят непосредственно после того слова, числа, символа, предложения, к которому дается объяснение, и перед текстом объяснения. Нумерация сносок отдельна для каждой страницы. Текст сноски размещают под таблицей или в конце страницы и отделяют от таблицы или текста линией длиной 30-40 мм.

Формулы и уравнения должны располагаться непосредственно после текста, в котором они упоминаются, посередине страницы. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Формулы и уравнения (за исключением формул и уравнений, приведенных в приложениях) следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах раздела.

Номер формулы и уравнения состоит из номера раздела и порядкового номера формулы или уравнения, разделенного точкой, например, формула (1.3) - третья формула первого раздела. Номер формулы или уравнения указывают на уровне формулы или уравнения в скобках в крайнем правом положении на строке.

Объяснение значений символов и числовых коэффициентов, которые входят в формулу или уравнение, следует приводить непосредственно под формулой в той последовательности, в которой они даны в формуле или уравнении. Объяснение значения каждого символа и числового коэффициента нужно давать с новой строки. Объяснения начинают с абзаца словами "где" без двоеточия, например:

$$S_{\text{ОБЩ}} = \frac{Z_{\text{max}} \times K_{\text{н}}}{q_{\text{ср}} \times K_{\text{исп}}}; \quad (1.3)$$

где $S_{\text{общ}}$ – общая площадь склада, м^2 ;

Z_{max} – максимальная норма хранения i -го груза на складе, т;

K_n – коэффициент неравномерности поступления грузов на склад;

$q_{\text{ср}}$ – средняя расчетная нагрузка на 1 м^2 площади склада, $\text{т}/\text{м}^2$;

$K_{\text{исп}}$ – коэффициент использования площади склада.

Ссылка в тексте отчета на источники нужно указывать порядковым номером по перечню ссылок, выделенным двумя квадратными скобками, например «... в работе [5] ...». При этом номер ссылки должен отвечать ее библиографическому номеру. При ссылках на разделы, подразделы, пункты, подпункты, иллюстрации, таблицы, уравнения, приложения, указывают их номера. При ссылках стоит писать «... в разделе 2 ...», «... на рис. 1.3 ...», «... в табл. 2.2 ...», «... по формуле 2.1 ...», «... в Приложении Б...».

Цитаты нужно передавать точно с сохранением всех особенностей первоисточника. Например, цитата в тексте: «... свыше 50 % готовой продукции предприятие экспортирует в разные страны мира [2]».

Библиографическое описание документов в списке литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ Р 7.0.5–2008 Библиографическая ссылка. Библиографическое описание работ должно быть точным и полным. Рекомендуется использовать сквозную нумерацию источников в списке, группируя их по следующим разделам:

нормативные правовые документы (указываются в порядке их юридической иерархии (по убыванию уровня);

научная литература (монографии, учебники, учебные пособия);

научные периодические издания (статьи, тезисы конференций);

ресурсы Internet;

другие источники.

Все остальные источники, кроме нормативно-правовых документов, указываются в алфавитном порядке (по фамилии автора или названию работ).

Приложения стоит оформлять как продолжение работы на ее следующих страницах. Каждое приложение должно начинаться с новой страницы. Приложения следует помечать последователь прописными буквами русского алфавита. Приложение должно иметь название, напечатанное в правом верхнем углу страницы. Приложения должны иметь общую с остальной работой сквозную нумерацию страниц.

Иллюстрации, таблицы и формулы, которые размещены в приложениях, нумеруются в пределах каждого приложения, например: «Рис. Д.1» – первый рисунок дополнения Д.

Рекомендуемый объем отчета должен составлять 30-40 страниц машинописного текста стандартных листов бумаги.

Отчет по практике должен быть подписан обучающимся и руководителем практики от университета.

7. Подведение итогов практики

После окончания срока практики обучающиеся отчитываются о выполнении программы и индивидуального задания. Форма отчетности по практике - это представление письменного отчета, подписанного и оцененного непосредственно руководителем от базы практики.

Письменный отчет вместе с другими документами (дневник, характеристика и т.п.) подается руководителю практики от кафедры.

Отчет должен содержать сведения о выполнении всех разделов программы практики и индивидуального задания, выводы и предложения, список использованной литературы и т.д.

Отчет по практике защищается (с дифференцированной оценкой) в комиссии, назначенной заведующим кафедрой. В состав комиссии входят преподаватель - руководитель практики кафедры и, по возможности, руководитель от базы практики.

Комиссия принимает защиту отчетов обучающихся на базах практики в последние дни ее прохождения или в учебном заведении. Оценка по национальной шкале, 100-балльной шкале и шкале ECTS. Результаты практики вносятся в ведомость защиты отчета по практике, индивидуальный учебный план и зачетную книжку с подписью членов комиссии.

8. Аттестация по итогам практики

Аттестация по итогам практики проводится на основании защиты оформленного отчета и отзыва руководителя практики от университета. Обучающийся должен подтвердить соответствующую подготовку и оценку умений и навыков выполнения производственных функций.

Аттестация по практике включает в себя индивидуальные практические задания, выявляющие степень сформированности умений и владений.

Уровень сформированности компетенций, освоенных обучающимися в рамках практики, оценивается по результатам аттестации количественной оценкой, выраженной в баллах.

Максимальная сумма баллов по практике равна 100 баллам.

Таблица 3 - Соответствие государственной шкалы оценивания академической успеваемости и шкалы ECTS

По шкале ECTS	Сумма баллов за все виды учебной деятельности	По государственной шкале	Определение
A	90-100	«Отлично» (5)	отличное выполнение с незначительным количеством неточностей
B	80-89	«Хорошо» (4)	в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 10%)

C	75-79		в целом правильно выполненная работа с незначительным количеством ошибок (до 15%)
D	70-74	«Удовлетворительно» (3)	неплохо, но со значительным количеством недостатков
E	60-69		выполнение удовлетворяет минимальные критерии
FX	35-59	«Неудовлетворительно» (2)	с возможностью повторной аттестации
F	0-34		с обязательным повторным изучением дисциплины (выставляется комиссией)

Таблица 4 - Соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированных компетенций

Уровень сформированности компетенций	Оценка, количество баллов	Пояснения
Высокий	«5» (отлично) 90 - 100	Теоретическое и практическое содержание практики освоено полностью, компетенции сформированы, все задачи, предусмотренные индивидуальным заданием, выполнены
Базовый	«4» (хорошо) 80 - 89	Теоретическое и практическое содержание практики освоено полностью, компетенции сформированы, все задачи, предусмотренные индивидуальным заданием, выполнены с незначительными замечаниями
	«4» (хорошо) 75 - 79	Теоретическое и практическое содержание практики освоено не достаточно полно полностью, компетенции сформированы, все задачи, предусмотренные индивидуальным заданием, выполнены с незначительными замечаниями
Пороговый	«3» (удовлетворительно) 70 - 74	Теоретическое и практическое содержание практики освоено частично, компетенции сформированы, большинство задач, предусмотренных индивидуальным заданием, выполнено, в них имеются ошибки
	«3» (удовлетворительно) 60 - 69	Теоретическое и практическое содержание практики освоено частично, компетенции сформированы, большинство задач, предусмотренных индивидуальным заданием, выполнено, в них имеется значительное
Низкий	«2» (неудовлетворительно) 0 - 59	Теоретическое и практическое содержание практики не освоено, компетенции не сформированы, большинство задач, предусмотренных индивидуальным заданием, либо не выполнены, либо содержат грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не привела к какому-либо значительному повышению качества выполнения заданий

9. Список рекомендованных источников

1. Азарян Е.М., Локтев Э.М., Олифирова В.П. Организация и технология торговли: Учебник / Е.М. Азарян, Э.М. Локтев - Д.: НВФ «Студцентр», 2011. – 588 с.
2. Андрейчиков, А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике: Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: КД Либроком, 2018. - 248 с.
3. Армстронг, Г. Основы маркетинга / Г. Армстронг. - М.: Вильямс И.Д., 2019. - 752 с.
4. Виноградова С.Н. Организация и технология торговли: Учебник / С.Н. Виноградова. - Издательство «Вышэйшая школа», 2009. – 510 с.
5. Гаджинский, А. М. Логистика: Учебник для выс. уч. зав. по направлению подготовки "Экономика" / А.М. Гаджинский. – Москва: Дашков и К°, 2013. – 420 с.
6. Гончаров, М.А. Основы маркетинга и консалтинга в сфере образования / М.А. Гончаров. - М.: КноРус, 2015. - 160 с.
7. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. Коммерция и технология торговли: Учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. - М.: ИТК "Дашков и К°", 2014. - 692 с.
- 8.
9. Егоров, Ю.Н. Основы маркетинга: Учебник / Ю.Н. Егоров. - М.: Инфра-М, 2015. - 216 с.
10. Егоров, В.Ф. Организация торговли: Учебник для вузов. – СПб.: Питер, 2006.– 352с.
11. Жабина, С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании / С.Б. Жабина. - М.: Academia, 2016. - 398 с.
12. Жабина, С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании. Учебник / С.Б. Жабина, О.М. Бурдюгова, А.В. Колесова. - М.: Academia, 2017. - 398 с.
13. Жабина, С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: Учебник / С.Б. Жабина. - М.: Academia, 2017. - 398 с.
14. Жабина, С.Б. Основы экономики, менеджмента и маркетинга в общественном питании: Учебник / С.Б. Жабина. - М.: Academia, 2016. - 576 с.
15. Иванов Г.Г. Организация и технология коммерческой деятельности: Практикум: Учеб. Пособие / Г.Г. Иванов. – М.: Академия, 2010. – 224 с.
16. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. - М.: Вильямс, 2016. - 496 с.
17. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2015. - 752 с.
18. Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
19. Котлер, Ф. Основы маркетинга. Краткий курс / Ф. Котлер. - М.: Диалектика, 2019. - 496 с.

20. Кузнецова, Л.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Л.В. Кузнецова, Ю.Ю. Черкасова. - М.: Вузовский учебник, 2016. - 256 с.
21. Минько Э.В., Миньков А.Э. Основы коммерции: Учеб. пособие / Э. В. Минько, А.Э. Минько. - 2-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб.: Питер, 2013. — 336 с.
22. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2016. - 148 с.
23. Осипова, Л.В. Основы коммерческой деятельности: Учебник для вузов / Л.В. Осипова, И.М. Синяева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2006. – 623с.
24. Основы маркетинга: Практикум / Под ред. Дайитбегова Д.М., Синяевой И.М.. - М.: Вузовский учебник, 2018. - 318 с.
25. Панкратов Ф.Г., Солдатова Н.Ф. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф.Г. Панкратов, Н.Ф. Солдатова. — 13-е изд., перераб. и доп. — М.: ИТК «Дашков и К^о», 2012. - 500 с.
26. Памбухчиянц О.В. Организация и технология коммерческой деятельности: Учебник / О.В. Памбухчиянц - М.: ИТК «Дашков и К^о», 2013. – 640 с.
27. Пичурин, И.И. Основы маркетинга. Теория и практика / И.И. Пичурин. - М.: Юнити, 2016. - 48 с.
28. Реброва, Н.П. Основы маркетинга: Учебник и практикум для МПО / Н.П. Реброва. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 277 с.
29. Савватеев, Е.В. Экономика, организация, основы маркетинга в перерабатывающей промышленности: Учебное пособие / Е.В. Савватеев, В.В. Рокотянская, О.В. Мощенко. - М.: Инфра-М, 2016. - 128 с.
30. Секерин, В.Д. Основы маркетинга / В.Д. Секерин. - М.: КноРус, 2018. - 288 с.
31. Сеницына, О.Н. Основы маркетинга сферы услуг: Учебник / О.Н. Сеницына. - М.: Академия, 2018. - 224 с.
32. Соколова, С.В. Основы маркетинга гостиничных услуг: Учебник / С.В. Соколова. - М.: Academia, 2018. - 368 с.
33. Сухов, В.Д. Основы маркетинга: Практикум / В.Д. Сухов. - М.: Academia, 2017. - 192 с.
34. Сухов, В.Д. Основы менеджмента и маркетинга в земельно-имущественных отношениях: Учебник / В.Д. Сухов. - М.: Академия, 2019. - 160 с.
35. Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга (для бакалавров) / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. - М.: КноРус, 2019. - 384 с.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение А
Образец письма от предприятия
с просьбой о направлении студентов для
прохождения практики

БЛАНК ПРЕДПРИЯТИЯ

Исх. № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

**Заведующему
кафедрой**

(название кафедры)

(фамилия, инициалы)

Администрация (или дирекция) предприятия (организации) ООО и т.д

(указать точное наименование предприятия)

просит направить для прохождения преддипломной практики студента
направления подготовки (профиля) _____

_____ группы _____

(фамилия, имя, отчество полностью)

Ведущие специалисты предприятия обеспечат качественное руководство
практикой студента на бесплатной основе.

**С уважением,
Директор**

(подпись)

(фамилия, инициалы)

Исполнитель . _____

Тел . _____

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики торговли
имени Михаила Туган-Барановского»

Кафедра маркетинга и коммерческого дела

ОТЧЕТ
о прохождении производственной практики по получению
профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности
(производственная коммерческая практика)

Студента (ки) _____ курса, группы _____
направления подготовки 38.03.07 Товароведение
профиль _____

_____ (ФИО студента)

Руководитель от предприятия

Руководитель:

М.П. (должность, ФИО, подпись)

(должность, ученое звание, ученая степень, ФИО)

Национальная шкала _____

Количество баллов: _____

Оценка ECTS: _____

Члены комиссии:

1. _____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (должность)
2. _____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (должность)
3. _____ (подпись)	_____ (Ф.И.О.)	_____ (должность)

Донецк - 20__

Приложение В

Таблица - Основные экономические показатели коммерческой деятельности
ООО «Нонна» за 2019-2020 гг.

№ п/п	Основные показатели	Ед. измер	Года		Абсолютное отклонение (+,-) тыс.руб	Темп изменения (%)
			2019	2020		
1	Товарооборот	тыс.руб	6115	6903	788	112
2	Себестоимость товаров	тыс.руб	4715	5200	485	110,3
3	Удельный вес себестоимости в товарообороте	%	77,1	75,3	-1,8	97,7
4	Валовой доход сумма уровень	тыс.руб	1400	1623	223	115,9
		%	23	23,5	0,5	102,4
5	Издержки обращения сумма уровень	тыс.руб	1240	1415	175	114,1
		%	20,3	20,5	0,2	100,1
6	Прибыль от реализации	тыс.руб	160	208	48	130
7	Другие доходы	тыс.руб	12	-	-	-
8	Другие расходы	тыс.руб	50,4	46	-4,4	91,3
9	Прибыль до налогообложения	тыс.руб	121,6	162	40,4	133
10	Налог на прибыль: Ставка Сумма	тыс.руб	20	20	-	-
		%	24,4	32,4	8	133
11	Чистая прибыль	тыс.руб	97,2	129,6	32,4	133
12	Численность работников	чел	7	7	-	-
13	Фонд оплаты труда	тыс.руб	436	448	12	102,7
14	Среднемесячная зарплата	Руб.	5190	5333	153	102,7
15	Производительность труда	тыс.руб	873,6	986	112,4	113
16	Доля ФОТ в издержках обращения	%	35	31,5	-3,4	90,3
17	Доля ФОТ в товарообороте	%	7,1	6,5	-0,6	91,5
18	Торговая площадь	м ²	120	120	-	-
19	Складская площадь	м ²	300	300	-	-
20	Товарные запасы (уровень)	дни	25	20	-5	80
21	Рентабельность затрат	%	7,8	9,2	1,4	118
22	Рентабельность деятельности	%	1,6	1,9	0,3	118

Приложение Г

Таблица – Сопоставимый анализ маркетинговой микросреды района деятельности основных конкурентов торгового предприятия

№ п/п	Наименование критериев оценки конкурентоспособности	Исследуемое торговое предприятие	Конкурент №1	Конкурент №2	Конкурент №3
1	Товарооборот (за исследуемый период)	До 25 млн.руб. - 4	До 30 млн.руб. - 5	До 20 млн.руб. - 3	До 25 млн.руб. - 4
2	Емкость рынка района деятельности	220 млн	220 млн	220 млн	220 млн
3	Доля рынка	11% - 4	14% - 5	9% - 3	11% - 4
4	Торговая площадь	70 - 3	180 - 4	140 - 4	300 - 5
5	Ассортиментный перечень	1400 - 5	800 - 4	600 - 3	1800 - 5
6	Официальный представитель	8 - 5	-	-	4 - 4
7	Торговые марки и бренды	40 - 5	20 - 4	12 - 3	20 - 4
8	Уровень цен	средний - 4	высокий - 3	высокий - 3	высокий - 3
9	Используемые формы продажи	открытый доступ - 5	инд. форма - 3	инд. форма - 3	инд. форма - 3
10	Дополнительные услуги	12 - 4	8 - 3	4 - 3	12 - 4
11	Наличие и обеспеченность автостоянкой	20% - 3	60% - 4	20% - 3	60% - 4
12	Режим работы	8 ⁰⁰ до 19 ⁰⁰ - 4	8 ⁰⁰ до 17 ⁰⁰ - 3	8 ⁰⁰ до 17 ⁰⁰ - 3	8 ⁰⁰ до 19 ⁰⁰ - 4
13	Количество рабочих мест	4 - 4	8 - 5	6 - 4	12 - 5
14	Уровень квалификации персонала	высокий - 5	средний - 4	средний - 4	высокий - 5
15	Лояльность потребителей	60% - 4	40% - 3	40% - 3	50% - 4
16	Наличие интернет - услуг	5	5	3	5
17	Реклама, промо-акции	5	4	4	4
18	Качество торгового обслуживания	высокое - 5	среднее - 4	среднее - 4	высокое - 5
19	Общая сумма баллов	74 (85)	65 (85)	54 (85)	72 (85)
20	Уровень конкурентоспособности	87%	77%	64%	85%

Таблица – Анализ структуры товарооборота
торгового предприятия за 2019-2020 гг.

№ п/п	Наименование продукции	2019		2020	
		Сумма, тыс.руб.	Доля, %	Сумма, тыс.руб.	Доля, %
1	Моторные масла, в целом	8498	37,6	11646	48,5
2	В том числе: моторные масла полусинтетические	3526	15,6	4514	18,8
3	моторные масла синтетические	1898	8,4	2689	11,2
4	минеральные моторные масла	588	2,6	816	3,4
5	Трансмиссионные масла	859	3,8	1248	5,2
6	Масла для коммерческого транспорта	1627	7,2	2378	9,9
7	Автохимия, в целом	9198	40,7	7683	32
8	В том числе тормозные жидкости	904	4	840	3,5
9	Антифризы и тосолаы	1356	6	1200	5
10	Профессиональная химия для автомобиля	994	4,4	960	4
11	Очистители и герметики систем охлаждения	791	3,5	600	2,5
12	Присадки в топливо	1085	4,8	600	2,5
13	Многофункциональные сервисные средства	678	3	480	2
14	Средства для ухода за салонном	565	2,5	480	2
15	Средства для ухода за кузовом и колесами	1017	4,5	960	4
16	Автошампуни	1243	5,5	1080	4,5
17	Средства для ухода за стеклами	565	2,5	480	2
18	Автокосметика	587	2,6	552	2,3
	Автозапчасти	1808	8	1609	6,7
19	Услуги по текущему ремонту и облагораживанию	2509	11,1	2524	10,5
20	Всего по торговому предприятию	22600	100	24010	100

Таблица - Анализ эффективности ассортимента ЛКМ по торговым маркам и производителям за 1 квартал 20__ года

№ п/п	Производители и торговые марки ЛКМ	Объем реализации за 1 кв. 20__ г, тыс.руб.	Доля, %	УВД, %	Сумма ВД, тыс.руб.	УИО, %	Сумма ИО, тыс.руб.	Прибыль от реализации, тыс.руб.	Рентабельность, %	Ассортиментный перечень, ед
1	ТМ «Caparol» (Германия)	33	12	20	6,6	15,2	4,6	2	6	6
2	ТМ «Chemolак» (Словакия)	27	10	20	5,4	16	4,3	1,1	4	6
3	ТМ «Ролак»	22	8	20	4,4	16	3,5	0,9	4	6
4	ОАО «Русские краски» (Ярославская обл., Россия) ТД «Лакокрасочные материалы»	40	15	21	8,4	16	6,4	2	5	10
5	ТМ «Триоль» (Башкирия)	27	10	22	6	15,2	4,1	1,1	4	8
6	ОАО «Объединение Ярославские краски»	40	16	22	9,5	16	6,9	2,6	6	6
7	ТМ «Ceresit», компания ХенкельБаутехник	24	9	23	5,5	18	4,4	1,1	5	4
8	ООО «Омега» ДНР	48	16	22	6	14	2,8	3,2	9,6	40
9	ТМ «Tikkurila»	33	12	23	7,6	17,8	5,9	1,7	5	18
10	ТМ «Polifarb», ЧАО «Полифарб»	22	8	23	5,1	18	4	1,1	5	26
10	Всего ЛКМ за 1 квартал 20__ г.	268	100	21,6	58,5	16,5	44,3	14,2	5,2	120

Таблица – Пример основных критериев предварительного отбора поставщиков рыбных товаров торгового предприятия г. Донецка

№ п/п	Критерии выбора	Значимость критерия	ООО «Народная производственная компания», ТМ «Два капитана», г. Донецк - Енакиево	ФЛП Чабанов Р.В., г. Горловка	ЧП Рыбные деликатесы, г. Донецк	ТД «Морское содружество», г. Санкт-Петербург	ООО «Ларан-07, г. Таганрог	МТП «Ейск», Ростовская область	СП ООО «СантаБремор», г. Брест, Республика Беларусь
1	Удаленность поставщика								
2	Условия платежа								
3	Комплексность поставки								
4	Качество товара								
5	Уровень цен								
6	Размер партии поставки								
7	Возможность корректировки заказа								
8	Используемые элементы маркетинга и стимулирования продаж								
9	Всего баллов по критериям								

Учебное издание

Азарян Елена Михайловна, д.э.н., профессор
Локтев Эдуард Михайлович, к.э.н., профессор
Манаенко Екатерина Игоревна, ст. преподаватель

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРАКТИКА

Рабочая программа и методические рекомендации по прохождению практики

Укрупненная группа 38.00.00 Экономика и управление
Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело
ПВ ПО бакалавриат, очной и заочной форм обучения

Сводный план издания на 2020 г., поз. № _____

Государственная организация высшего профессионального образования
«Донецкий национальный университет экономики и торговли»
имени Михаила Туган-Барановского
83050, г. Донецк, ул. Щорса, 31.