

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Владивостокский государственный университет»

Академический колледж

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

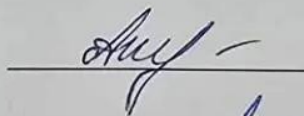
ПМ. 01 Организация и осуществление торговой деятельности

ПМ. 02 Организация и осуществление предпринимательской
деятельности в сфере торговли

программы подготовки специалистов среднего звена
38.02.08 «Торговое дело. Коммерция»

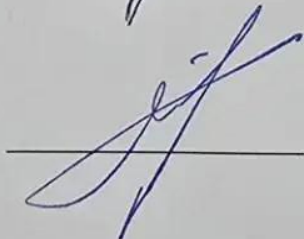
период с «4» июня 2026 г. по «1» июля 2026 г.

Студент группы
СОп-ТД-24-КМ1



А.А. Коваль

Руководитель практики
от предприятия



А.Ю. Литвинов

Отчет защищен:
с оценкой отлично
Отчет защищен:
с оценкой отлично

Руководитель
практики от ИП
Руководитель
практики от ИП



И.А. Гирюк



С.К. Худякова

Содержание

Введение	3
1 Общая характеристика предприятия	4
2 Анализ ассортиментной политики торговой организации	8
3 Организация хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг	10
4 Обеспечение товародвижения в складах и магазинах	13
5 Составление и оформление закупочной документации	15
6 Анализ экономической деятельности предприятия	17
7 Анализ ценообразования торгового предприятия	20
8 Изучение маркетинговой деятельности предприятия	22
Заключение	25
Список использованных источников	27

Введение

Целью производственной практики по профессиональным модулям ПМ 01 «Организация и осуществление торговой деятельности» и ПМ 02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных в процессе обучения, формирование практических умений и навыков для самостоятельной работы в сфере торговли, а также сбор, обобщение и систематизация материалов для написания отчёта.

Задачами практики являются:

- проведение инструктажа по технике безопасности и охране труда;
- изучение общей характеристики предприятия (история, учредительные документы, сфера деятельности, ресурсы, рынок, конкуренты, маркетинговая среда);
- анализ ассортиментной политики торговой организации (характеристика, структура, показатели, факторы влияния);
- организация хозяйственных связей с поставщиками и потребителями (база данных, рейтинговая оценка, приёмка товаров, нормативные документы, акты о несоответствии);
- обеспечение товародвижения в складах и магазинах (оформление на склад, технологический процесс, условия хранения, размещение товаров);
- составление и оформление закупочной документации, проверка, организационно-техническое обеспечение закупочных комиссий, оценка результатов;
- анализ экономической деятельности предприятия (контроль, инвентаризация, экономические показатели, заработная плата, налоги, денежные расчёты);
- анализ ценообразования (порядок, цели, методы, расчёт цены, скидки/надбавки);
- изучение маркетинговой деятельности (спрос, конкурентоспособность, акции, сбыт, маркетинговые мероприятия);
- подготовка и оформление отчёта о практике.

Производственная практика проходила в период с 04 июня 2026 г. по 01 июля 2026 г. в Индивидуальном предпринимателе Литвинов Александр Юрьевич, находящемся по адресу: Приморский край, г. Владивосток, ул. Маковского д.284.

1 Общая характеристика предприятия

Индивидуальный предприниматель Литвинов Александр Юрьевич зарегистрирован 1 февраля 2024 года. Цель создания — осуществление предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли спортивной атрибутикой и сувенирной продукцией, удовлетворение потребностей болельщиков и жителей Приморского края в качественной продукции с символикой хоккейного клуба «Адмирал».

Организационно-правовая форма — индивидуальный предприниматель без образования юридического лица. Данная форма выбрана ввиду простоты регистрации, ведения учёта и налогообложения, а также возможности быстрого принятия управленческих решений.

Руководство деятельностью осуществляет Литвинов Александр Юрьевич. Штатная численность — 5 человек: руководитель, менеджер отдела продаж, два продавца-консультанта, кассир.

Учредительные документы ИП Литвинова А.Ю.:

- Свидетельство о постановке на учёт физического лица в налоговом органе (ИФНС № 12 по Приморскому краю);
- Выписка из Единого государственного реестра индивидуальных предпринимателей (ЕГРИП);
- Уведомление о переходе на упрощённую систему налогообложения (УСН, объект «доходы минус расходы»);
- Договор субаренды торгового помещения на «Фетисов Арене»;
- Договор аренды складского помещения;
- Приказы и распоряжения руководителя.

Основной вид деятельности по ОКВЭД — 47.78 «Торговля розничная одеждой в специализированных магазинах». Дополнительные коды ОКВЭД: 47.64 «Торговля розничная спортивным оборудованием и спортивными товарами в специализированных магазинах», 46.42 «Торговля оптовая одеждой и обувью».

Сфера деятельности — розничная торговля фирменной атрибутикой и сувенирной продукцией с символикой ХК «Адмирал» через стационарную торговую точку на «Фетисов Арене», а также через интернет-площадки (официальный сайт клуба, социальные сети, мессенджеры).

Основной ассортимент магазина включает:

- шарфы (односторонние, двусторонние);
- футболки, худи, свитера (взрослые и детские);

- головные уборы (шапки, кепки, бейсболки);
- флаги (баннеры);
- сувенирную продукцию (магниты, брелоки, кружки, термокружки, вымпелы, наклейки);

- хоккейные атрибуты (шайбы с символикой, клюшки);
- прочие товары фанатской направленности.

Ресурсы, используемые организацией:

Материальные:

- торговое помещение на «Фетисов Арене» — 25 м²;
- арендованное складское помещение на «Фетисов Арене» — 40 м²;
- офисное помещение (10 м²) с компьютерной техникой, телефонной связью;
- торговое оборудование (витрины, стеллажи, кассовая зона);
- система учёта остатков на базе 1С;

Трудовые:

- 5 штатных сотрудников;
- привлекаемые внештатные специалисты (продавец-консультант, юрист для составления договоров).

Финансовые:

- собственный капитал (вложения учредителя) — 3 000 000 руб.;
- оборотные средства — 1 500 000 руб.

Информационные:

- доступ к платформам для мониторинга поставщиков (ВСЕ.Инструменты, Пульс цен);
- сервис проверки контрагентов «Контур.Фокус»;
- официальный сайт ХК «Адмирал» для приёма заказов.

География рынка сбыта ИП Литвинова А.Ю. охватывает:

- Приморский край (г. Владивосток, г. Уссурийск, г. Находка, г. Артём) — 85% продаж;
- Другие регионы Дальнего Востока (Хабаровский край, Сахалинская область) — 10% продаж (доставка через ТК);
- Прочие регионы России — 5% продаж (отправка через ТК).

Целевые потребители:

Физические лица (90% продаж) — мужчины и женщины в возрасте 18–50 лет, болельщики ХК «Адмирал», покупающие атрибутику для личного использования,

посещения матчей или в качестве подарков. Основные критерии выбора – качество, аутентичность, дизайн, цена.

Коллекционеры и фанатские объединения (7%) – приобретают лимитированную продукцию, сувениры для коллекций.

Корпоративные клиенты (3%) – организации, приобретающие атрибутику для награждения, сувенирной продукции для партнёров и сотрудников.

В таблице 1 приведены сведения о ключевых конкурентах, их специализации, оценочной доле рынка и конкурентных преимуществах.

Таблица 1 — Основные конкуренты магазина атрибутики ХК «Адмирал» на рынке Приморского края

Наименование конкурента	Специализация	Доля рынка (оценка)	Ключевое преимущество
Atributika&Club (Москва/Владивосток)	Разработка и производство лицензионной хоккейной атрибутики (шапки, шарфы, джерси)	25%	Крупнейший производитель атрибутики для клубов КХЛ, полный цикл производства, эксклюзивные лицензии
Интернет-магазин «ргохockey»	Продажа хоккейной атрибутики и экипировки (одежда, сувениры, аксессуары)	10%	Узкая специализация только на хоккее, широкий выбор брендов
Официальный интернет-магазин ХК «Амур» (Хабаровск)	Лицензионная атрибутика ХК «Амур» (джерси, шарфы, шапки, сувениры)	12%	Официальная лицензия клуба КХЛ, эксклюзивная продукция «Амура», прямые поставки от клуба
Интернет-магазин спортивных товаров «Спортфанат»	Спортивные товары, включая хоккейную атрибутику и сувениры	8%	Широкий ассортимент, удобство заказа, доставка по РФ

Преимущество магазина атрибутики ХК «Адмирал»: эксклюзивная лицензионная продукция, невозможность приобрести официальный свитер «Адмирала» в других торговых точках, непосредственная близость к месту проведения домашних матчей.

Недостатки: высокая арендная плата внутри арены, что влияет на уровень наценки (80–120%).

Конъюнктура рынка (июнь 2026 г.):

– спрос стабильно высокий в дни домашних матчей и в преддверии сезона КХЛ;

- средний чек в дни матчей — 3 500 руб. (шарф + кружка + брелок);
- средний чек в обычные дни — 1 200 руб. (магнит + шарф);
- тенденция — рост интереса к персонализированной продукции (нанесение фамилии и номера на свитера);
- уровень конкуренции — высокий (более 20 участников рынка в сегменте спортивной атрибутики в г. Владивостоке).

Микросреда (факторы прямого влияния):

Поставщики — зависимость от отечественных и зарубежных производителей сувенирной продукции. Основные риски: задержки поставок, колебания цен на сырьё, изменение курсов валют.

Потребители — высокие требования к качеству и аутентичности продукции, сезонность спроса.

Конкуренты — активное ценовое и неценовое соперничество.

Посредники — логистические компании, влияющие на скорость и стоимость доставки товаров.

Макросреда (факторы косвенного влияния):

Экономические — инфляция (прогноз на 2026 год — 6,5%), ключевая ставка ЦБ РФ — 16%, что влияет на стоимость кредитных средств для пополнения оборотных средств.

Политико-правовые — изменения в законодательстве о защите прав потребителей, требования к лицензионной продукции.

Социокультурные — рост интереса к хоккею и спортивной культуре в регионе, увеличение числа болельщиков.

Технологические — развитие онлайн-платформ для продаж, внедрение систем электронного документооборота.

2 Анализ ассортиментной политики торговой организации

Ассортимент магазина атрибутики ХК «Адмирал» включает товары следующих категорий:

Текстильная продукция (шарфы, футболки, худи, свитера, шапки, кепки) – 45% ассортимента;

Сувенирная продукция (магниты, брелоки, вымпелы, плакаты, кружки) – 30% ассортимента;

Флаги и баннеры – 10% ассортимента;

Хоккейные атрибуты (шайбы, клюшки) – 10% ассортимента;

Прочая продукция – 5% ассортимента;

Наибольшую долю (45%) занимает текстильная продукция, что соответствует спросу целевой аудитории и сезонным колебаниям.

В таблице 2 представлена структура ассортимента по ценовым сегментам на июнь 2026 года.

Таблица 2 – Структура ассортимента по ценовым сегментам

Ценовой сегмент	Диапазон цен, руб.	Доля в ассортименте, %
Эконом	до 750	25%
Средний	750-3000	50%
Бизнес	3000-6000	20%
Премиум	свыше 6000	5%

Наибольшую долю (50%) занимает средний ценовой сегмент, что соответствует платёжеспособности основной целевой аудитории.

Расчёт показателей ассортимента произведён на основе данных о наличии товаров на 20.06.2026.

Широта ассортимента — количество товарных групп.

Фактическая широта (Шф) — 5 групп (текстиль, сувениры, флаги, хоккейные атрибуты, прочее).

Базовая широта (Шб) — 6 групп (дополнительно — подарочные наборы, не представлены).

Коэффициент широты: $K_{ш} = Шф / Шб = 5 / 6 = 0,83$ (83%).

Полнота ассортимента — количество моделей в каждой группе. В таблице 3 приведены данные для расчёта.

Таблица 3 — Расчёт полноты ассортимента

Товарная группа	Количество позиций в наличии (Пф)	Количество возможных позиций по классификатору (Пб)	Коэффициент полноты (Кп)
Одежда	48	56	0,86
Атрибутика	127	160	0,79
Джерси	6	8	0,75

Средний коэффициент полноты — 0,80 (80%). Это свидетельствует о том, что ассортиментная матрица магазина атрибутики ХК “Адмирал” имеет высокий уровень насыщенности, но не исчерпывающий, и имеются резервы для дальнейшего развития и расширения товарного предложения.

Глубина ассортимента — количество модификаций одного вида товара (размеры, цвета, дизайны). Например, для вымпелов представлены 4 дизайна (пиратыч, город белый, город черный, клубный “Адмирал” Владивосток). Средняя глубина — 4 модификации на позицию.

Устойчивость ассортимента — способность поддерживать наличие товаров.

Коэффициент устойчивости (K_u) = количество моделей, постоянно имеющихся в наличии (Уф) / общее количество моделей (Пф) = $2 / 4 = 0,50$ (50%). Это означает, что 50% позиций присутствуют постоянно, остальные — периодически.

Факторы, влияющие на ассортиментную политику

Внутренние факторы:

– финансовые возможности предприятия (оборотные средства ограничены — 1,5 млн руб.);

– складские площади (ограничение — не более 50 м²);

– квалификация персонала (знание специфики спортивной атрибутики);

– стратегия предприятия (ориентация на ликвидную продукцию с высокой маржой).

Внешние факторы:

– состояние рынка (высокая конкуренция);

– действия конкурентов;

– изменения в законодательстве (требования к лицензионной продукции);

– курсовая разница (влияние на закупочные цены импортных товаров);

– сезонность (в предсезонный период и в дни матчей спрос растёт)

3 Организация хозяйственных связей с поставщиками и потребителями

В процессе практики изучена база данных поставщиков ИП Литвинова А.Ю., которая включает 12 контрагентов. Информация о ключевых поставщиках систематизирована в таблице 4.

Таблица 4 – Основные поставщики атрибутики

Поставщик	Страна / город	Предлагаемые марки	Условия поставки
Рекламная группа «ИРОКЕЗ»	Россия, Владивосток	Баннеры, растяжки, флаги	50% предоплата, 5–7 дней
ООО «АТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ»	Россия, Москва	Шарфы, значки, брелоки	100% предоплата, 14–18 дней
ООО «В мире футболок»	Россия, Москва	Футболки, худи, свитера (чистые)	Наличие + 30%, 10–12 дней
ООО «ТЕХНОЛОГИИ ДРУЖБЫ»	Россия, Владивосток	Нанесение логотипов, сублимация	По факту, 3–5 дней
ООО «МЕГАФЛАГ 2000»	Россия, Москва	Флаги настольные, древки	50% предоплата, 10–14 дней

В процессе практики проведён мониторинг всех заявленных поставщиков на предмет их надёжности. Использовались следующие методы: проверка через сервис «Контур.Фокус» (наличие арбитражных дел, ликвидаций), анализ отзывов на форумах закупщиков сувенирной продукции, запрос коммерческих предложений.

Результаты мониторинга: наиболее благонадежными признаны ООО «В мире футболок» (срок работы 12 лет, позитивные отзывы) и ООО «Регион ДВ» (местный поставщик, возможно самовывоз со склада). ООО «МЕГАФЛАГ 2000» показывает самые низкие цены на баннеры, но отзывы указывают на частые задержки отгрузки.

В таблице 5 представлена рейтинговая оценка поставщиков по 10-балльной шкале.

Таблица 5 – Рейтинговая оценка поставщиков

Поставщик	Цена	Надёжность	Скорость	Условия оплаты	Итоговый балл
ООО «В мире футболок»	8	9	8	8	8,3
ООО «Регион ДВ»	7	8	9	10	8,2
ООО «ФАБРИКА СТИЛЯ»	8	7	6	7	7,0

Продолжение таблицы 5

Поставщик	Цена	Надёжность	Скорость	Условия оплаты	Итоговый балл
ООО «АТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ»	7	7	6	6	6,7
Рекламная группа «ИРОКЕЗ»	8	8	7	7	7,6
ООО «ТЕХНОЛОГИИ ДРУЖБЫ»	9	7	9	9	8,1
ООО «МЕГАФЛАГ 2000»	6	6	5	7	5,9

Лучшим поставщиком признано ООО «В мире футболок» (8,3 балла) благодаря высокому уровню надёжности и хорошим условиям поставки. ООО «ТЕХНОЛОГИИ ДРУЖБЫ» (8,1 балла) предлагает лучшие ценовые показатели на нанесение логотипов.

В рамках практики принято участие в переговорах с поставщиком ООО «ТЕХНОЛОГИИ ДРУЖБЫ» (г. Владивосток) по вопросу нанесения логотипов на партию футболок для предстоящего сезона. Достигнуты следующие договорённости:

- 50% предоплата, 50% — по факту выполнения работ;
- срок выполнения — 3–5 рабочих дней;
- минимальная партия — 10 шт.;
- предоставление макета для согласования;
- скидка при заказе от 100 шт. — 10%.

Также проведена работа с поставщиком ООО «АТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ» по вопросу изменения графика поставок шарфов (переход с 1 раза в месяц на 2 раза в месяц для обеспечения бесперебойных продаж в дни матчей).

В период практики произведена приёмка партии шарфов двусторонних от поставщика ООО «АТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ». Процедура проводилась на складе в г. Владивостоке.

Этапы приёмки:

1 Сверка количества по ТТН — партия 100 шт. шарфов двусторонних (артикул: ШД-2026), фактическое наличие — 100 шт.

2 Проверка внешнего вида — обнаружены незначительные дефекты на 2 шарфах (неравномерное нанесение логотипа, смещение рисунка на 2 мм).

3 Проверка упаковки — сохранность товарного вида, наличие фирменных пакетов.

4 Проверка маркировки — наличие этикеток с указанием состава, размера, страны производства.

5 Составление акта о несоответствии по качеству.

Изучены следующие нормативные и технологические документы, регламентирующие поставку товаров:

- Гражданский кодекс РФ (гл. 30 «Купля-продажа»);
- Федеральный закон № 2300-1 «О защите прав потребителей»;
- Постановление Правительства РФ № 55 «Правила продажи отдельных видов товаров»;
- Инструкция о порядке приёмки товаров по количеству и качеству (утв. Постановлением Госарбитража № П-6, П-7);
- Внутренние стандарты предприятия (инструкция по приёмке товаров, версия 1.0 от 10.01.2026).

При приёмке шарфов составлен Акт о несоответствии № 1/06. В акте зафиксированы: выявленные дефекты (неравномерное нанесение логотипа на 2 шарфах); количество дефектных единиц (2 шт.); решение сторон (замена бракованных шарфов в течение 10 рабочих дней). Акт подписан представителями ИП Литвинова А.Ю. и ООО «АТТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ».

4 Обеспечение товародвижения в складах и магазинах

При поступлении товаров на склад выполняется следующая процедура:

- Проверка сопроводительных документов (товарная накладная, акт приёма-передачи, сертификаты).
- Визуальный осмотр товара, сверка количества и качества.
- Внесение данных в систему учёта (1С:Управление торговлей) — наименование, артикул, количество, цена, поставщик, местоположение на складе.
- Размещение товара на закреплённых стеллажах с фиксацией ячейки хранения.
- При выявлении недостатков (повреждения, некомплект) составляется акт о несоответствии.

В таблице 6 приведён учёт выявленных недостатков за период практики.

Таблица 6 – Учёт недостатков при приёмке за июнь 2026 г.

Дата	Модель	Недостаток	Стоимость устранения, руб.	Компенсация поставщиком
05.06	Шарфы двусторонние (100 шт.)	Неравномерное нанесение логотипа на 2 шт.	1 000	Замена бракованных товаров
15.06	Кепки бейсбольные (50 шт.)	Отсутствие запасной упаковки (фирменных пакетов)	500	Возврат 500 руб.
22.06	Футболки хлопковые (30 шт.)	Смещение принта на 3 шт.	1 500	Скидка 5% на следующую партию

Товары хранятся в арендованном складском помещении (40 м²), оборудованном стеллажами, системой видеонаблюдения и освещения.

Условия хранения:

- температура — +15...+25°C (отопление, кондиционирование) для текстильной продукции;
- влажность — 40–60% (во избежание появления плесени и деформации);
- расстояние между стеллажами — не менее 1 м для свободного доступа;
- хранение документов и ключей — в сейфе в офисе;
- для флагов и баннеров — хранение в рулонах для предотвращения заломов.

За период практики нарушений режима хранения не выявлено.

Технологический процесс товародвижения в магазине:

На рисунке 1 представлен технологический процесс движения товара в магазине атрибутики ХК «Адмирал».

Поставщик → Склад (приёмка) → Внесение в учётную систему (1С) →
 → Размещение в зоне хранения → Пополнение торгового зала →
 → Выкладка на витрины и стеллажи → Продажа → Списание из учёта

Рисунок 1 — Технологический процесс товародвижения

Размещение товаров в торговом зале осуществляется в соответствии с Правилами продажи отдельных видов товаров (Постановление Правительства РФ № 55).

Требования:

- на каждом товаре размещается ценник с указанием наименования, артикула, цены, размера (для текстиля);
- в торговом зале предоставляются для ознакомления сертификаты соответствия на продукцию;
- покупателям обеспечивается свободный доступ для осмотра товаров;
- информация о потребительских свойствах товара (состав, размеры, уход) предоставляется в письменной или электронной форме.

Выкладка товаров по принципам:

- по товарным группам (текстиль, сувениры, флаги, хоккейные атрибуты);
- по брендам (лицензионная продукция ХК «Адмирал» выделяется отдельно);
- по ценовым сегментам (более дорогие товары — на уровне глаз покупателя, товары-импульсы — у кассы);
- сезонная выкладка (в преддверии матчей — вынос шарфов и флагов на передний план).

5 Составление и оформление закупочной документации

В ходе практики разработаны следующие документы для закупки шарфов двусторонних (100 шт.) у поставщика ООО «АТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ».

Заявка на закупку — внутренний документ, содержащий:

- наименование товара (шарф двусторонний ХК «Адмирал»);
- количество (100 шт.);
- технические характеристики (шарф двусторонний, 100% акрил, 150x20 см, нанесение логотипа с двух сторон);
- желаемая дата поставки (до 16.06.2026);
- ответственный менеджер

Спецификация к договору — детальное описание товара:

- артикул: ШД-2026;
- размеры: 150x20 см;
- цвет: основной — синий, логотип — белый/золотой;
- материал: 100% акрил;
- нанесение логотипа ХК «Адмирал» (двустороннее, шелкография);
- упаковка: фирменный пакет с символикой клуба.

Договор поставки — шаблон с условиями:

- 1 предмет договора — поставка товаров согласно спецификации;
- 2 переход права собственности — с момента передачи товара покупателю;
- 3 цена — фиксированная, указывается в спецификации;
- 4 санкции за просрочку (0,1% от стоимости за каждый день просрочки);
- 5 арбитраж Владивостока;
- 6 форс-мажор (пандемия, стихийные бедствия, изменения в законодательстве).

Проведена проверка комплекта документов для закупки у поставщика ООО «АТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ».

Таблица 7 — Проверка закупочной документации

Документ	Требование	Результат проверки
Договор поставки	Два экземпляра, подписи сторон, печати	Оформлен, подписан
Спецификация	Соответствие заявке, наличие всех характеристик	Соответствует

Продолжение таблицы 7

Документ	Требование	Результат проверки
Инвойс (счёт-проформа)	Правильность сумм и валюты, рекви	Корректно, 145 000 руб.
Сертификат качества	Наличие, соответствие требованиям	Будет предоставлен при отгрузке
Товарная накладная (ТОРГ-12)	Заполнение всех полей, подписи	Оформлена

Нарушений не выявлено. Документация признана готовой к проведению закупочной процедуры.

В ИП Литвинова А.Ю. закупочные комиссии не создаются ввиду малого масштаба деятельности. Однако для крупных закупок (от 100 единиц или на сумму свыше 100 000 руб.) предусмотрен порядок принятия решений:

- 1 руководитель анализирует коммерческие предложения от поставщиков;
- 2 привлекается внешний консультант (юрист) для проверки договоров;
- 3 проводится анализ цен на аналогичные товары у других поставщиков;
- 4 решение о закупке оформляется приказом руководителя.

Организационно-техническое обеспечение включает:

- подготовку помещения для переговоров (офис);
- обеспечение доступа к электронной почте и факсу для обмена документами;
- подготовку шаблонов договоров и других документов;
- перевод документов (при работе с иностранными поставщиками).

По итогам закупочной процедуры (выбор поставщика шарфов) проведена оценка эффективности:

- экономический эффект — закупочная цена (290 руб./шт.) ниже среднерыночной (320 руб./шт.) на 9,4%;
- срок поставки — 14 дней (соответствует плану, к началу сезона);
- качество — товар соответствует спецификации, брак заменён;
- затраты на оформление документов — 10 000 руб. (в пределах бюджета).

Итог: закупочная процедура признана эффективной. Рекомендовано продолжить сотрудничество с ООО «АТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ» и рассмотреть возможность заключения долгосрочного договора с фиксацией цен.

6 Анализ экономической деятельности предприятия

В ИП Литвинова А.Ю. осуществляется ежемесячный контроль за выполнением плановых показателей по выручке, объёму продаж и затратам. Отчётные данные за май–июнь 2026 г. представлены в таблице 9.

Таблица 8 — Основные показатели деятельности ИП Литвинова А.Ю., руб.

Показатель	Май 2026	Июнь 2026	Изменение (+/-)	Темп роста, %
Выручка от продаж	850 000	1 100 000	+250 000	129,4
Себестоимость проданных товаров	520 000	660 000	+140 000	126,9
Валовая прибыль	330 000	440 000	+110 000	133,3
Коммерческие расходы	180 000	210 000	+30 000	116,7
Чистая прибыль	150 000	230 000	+80 000	153,3

Выявлен положительный тренд: рост выручки на 29,4%, чистой прибыли — на 53,3%. Это обусловлено увеличением объёма продаж в предсезонный период (подготовка к старту КХЛ), проведением рекламных акций и расширением ассортимента.

Принято участие в инвентаризации материальных ценностей на складе (все товарные категории) по состоянию на 30.06.2026.

Результаты инвентаризации:

– все товары (39 позиций) фактически присутствуют, соответствуют данным учёта в 1С;

– недостач не выявлено;

– составлены ведомости;

– инвентаризационная комиссия (руководитель, менеджер, продавец) подписала акт.

В процессе практики освоена работа с системой учёта «1С:Управление торговлей».

Функции, используемые в работе:

– ведение базы данных товаров (добавление, редактирование, удаление, группировка);

– формирование счетов и договоров для покупателей;

– учёт платежей (предоплата, окончательный расчёт, возвраты);

– генерация отчётов по продажам, остаткам и прибыли;

– создание и печать актов приёма-передачи, накладных;

– контроль движения товаров (приход, расход, перемещение).

Все операции выполняются в соответствии с регламентом. Использование автоматизированной системы сокращает время оформления документов на 40% по сравнению с ручным способом и минимизирует ошибки.

В таблице 9 приведены рассчитанные экономические показатели за май–июнь 2026 г.

Таблица 9 — Экономические показатели ИП Литвинова А.Ю.

Показатель	Формула расчёта	Май 2026	Июнь 2026
Рентабельность продаж	$\text{Чистая прибыль} / \text{Выручка} \times 100\%$	17,6%	20,9%
Рентабельность затрат	$\text{Чистая прибыль} / \text{Себестоимость} \times 100\%$	28,8%	34,8%
Оборачиваемость запасов (дней)	$\text{Средний запас} / \text{Себестоимость} \times 30$ дней	28,0	24,5
Производительность труда (на 1 работника)	$\text{Выручка} / \text{Кол-во работников}$	170 000	220 000

Рентабельность продаж увеличилась на 3,3 п.п. за счёт роста выручки и оптимизации коммерческих расходов. Оборачиваемость ускорилась на 3,5 дня, что свидетельствует о более эффективном управлении запасами и снижении затоваривания.

В таблице 10 представлены ключевые показатели финансового состояния предприятия на конец июня 2026 г.

Таблица 10 – Финансовые показатели ИП Балыкина Е.С.

Показатель	Значение	Норматив
Коэффициент текущей ликвидности	1,8	$\geq 1,5$
Коэффициент автономии	0,65	$\geq 0,5$
Рентабельность активов	18,5%	$\geq 10\%$
Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности	14,0	≥ 8

Все показатели соответствуют нормативным значениям, что свидетельствует о финансовой устойчивости предприятия.

Заработная плата в ИП Балыкина Е.С. включает:

Окладная часть (для менеджеров):

- менеджер по продажам – 40 000 руб./мес.;
- менеджер по закупкам и логистике – 45 000 руб./мес.;
- руководитель – 60 000 руб./мес.

Премияльная часть (ежемесячно, до 50% от оклада) за:

- перевыполнение плана продаж;
- отсутствие рекламаций;
- соблюдение сроков поставок.

Дополнительные выплаты:

- Районный коэффициент – 30% от оклада;
- Дальневосточная надбавка – 10% от оклада.

Произведён расчёт заработной платы для менеджера по продажам за июнь 2026 г.

Исходные данные:

- оклад – 40 000 руб.;

- премия – 50% (перевыполнение плана на 25%) – 20 000 руб.;
- районный коэффициент – 30% – 12 000 руб.;
- Дальневосточная надбавка – 10% – 4 000 руб.;
- итого начислено – 76 000 руб.;
- НДФЛ (13%) – 9 880 руб.;
- сумма к выдаче – 66 120 руб.

В процессе практики оформлены следующие финансовые документы:

- платёжные поручения на оплату поставщикам (№ 45 от 02.06, № 58 от 15.06);
- приходные кассовые ордера на поступление выручки от покупателей (№ 12–19);
- расходные кассовые ордера на выдачу зарплаты;
- отчёт о движении денежных средств за июнь 2026 г.

ИП Балыкина Е.С. применяет УСН «доходы минус расходы» (15%). Расчёт налога за июнь 2026 г.:

- доходы (выручка) – 6 400 000 руб.;
- расходы (себестоимость, коммерческие расходы, зарплата) – 5 610 000 руб.;
- налоговая база – 790 000 руб.;
- налог (15%) – 118 500 руб.

Также уплачиваются страховые взносы за работников (30% от ФОТ) – 18 000 руб.

Итого налоговая нагрузка – 136 500 руб., что составляет 2,1% от выручки.

Денежные расчёты с покупателями осуществляются следующими способами:

- наличными в кассу (до 100 000 руб. – 40% покупок);
- безналичным переводом на расчётный счёт (60% покупок, в том числе юридические лица и дистанционные платежи).

Кассовые операции оформляются в соответствии с Федеральным законом № 54-ФЗ (онлайн-касса). В период практики проведено 11 операций по приёму наличных на сумму 850 000 руб., нарушения не выявлены.

7 Анализ ценообразования торгового предприятия

Ценообразование в магазине атрибутики ХК «Адмирал» осуществляется по затратному методу с использованием надбавки к закупочной цене.

Алгоритм ценообразования:

- 1 Определение закупочной цены (с учётом доставки, таможенных платежей, если применимо).
- 2 Добавление наценки (от 80% до 120% в зависимости от категории товара, уникальности, спроса, сезонности).
- 3 Учёт сезонности (в дни матчей и предсезонный период наценка может быть выше на 5–10%).
- 4 Анализ цен конкурентов (корректировка при необходимости).
- 5 Конечная цена фиксируется в прайс-листе и на ценниках.

Цели ценообразования:

- максимизация прибыли (основная цель);
- поддержание конкурентоспособности на рынке спортивной атрибутики;
- быстрая реализация товаров (обеспечение ликвидности, особенно в межсезонье).

Методы установления цен:

- затратный (издержки + наценка) — для большинства товаров;
- рыночный (ориентация на цены конкурентов) — для товаров с высокой конкуренцией (шарфы, футболки);
- психологический (цены с окончанием 99, 00 — например, 1 499 руб., 549 руб.) — для привлечения внимания покупателей.

Расчёт цены для шарфа двустороннего ХК «Адмирал»:

- закупочная цена (включая все расходы) — 288 руб.;
- плановая наценка — 300% (ввиду высокой ликвидности и сезонного спроса);
- цена продажи (базовая) — $288 \times 4,0 = 1\,152$ руб.;
- окончательная цена (психологическое округление) — 1 150 руб.;
- маржинальная прибыль — $1\,150 - 280 = 862$ руб.;
- маржинальность — $862 / 1150 \times 100 = 74,96\%$

Расчёт цены для худи с символикой ХК «Адмирал»:

- закупочная цена (включая все расходы) — 1 857 руб.;
- плановая наценка — 250% (высокая для категории текстиля);
- цена продажи (базовая) — $1\,857 \times 3,5 = 6\,499,5$ руб.;
- окончательная цена — 6 500 руб. (психологическое округление);

– маржинальная прибыль — $6500 - 1857 = 4\,643$ руб.;

– маржинальность — $4\,643 / 6\,500 \times 100 = 71,43\%$

Расчёт цены для футболки хлопковой с логотипом:

– закупочная цена — 625 руб.;

– наценка — 300%;

– цена продажи — $625 \times 4,0 = 2\,500$ руб.;

– окончательная цена — 2 500 руб.;

– маржинальная прибыль — $2\,500 - 625 = 1\,875$ руб.;

– маржинальность — $1\,875 / 2\,500 \times 100 = 75\%$

Расчёт цены для кепки бейсбольной:

– закупочная цена — 450 руб.;

– наценка — 300%;

– цена продажи — $450 \times 4,0 = 1\,800$ руб.;

– окончательная цена — 1 800 руб.;

– маржинальная прибыль — $1\,800 - 450 = 1\,350$ руб.;

– маржинальность — $1\,350 / 1\,800 \times 100 = 75\%$.

Расчёт цены для сувенирной шайбы:

– закупочная цена — 187,5 руб. (округлим 188 руб.);

– наценка — 300%;

– цена продажи — $188 \times 4,0 = 752$ руб.;

– (психологическое округление — 750 руб.;

– маржинальная прибыль — $750 - 188 = 562$ руб.;

– маржинальность — $562 / 750 \times 100 = 74,9\%$.

В таблице 11 представлены применение системы скидок и надбавок в ИП Литвинова А.Ю..

Таблица 11 – системы скидок и надбавок

Система скидок	Размер скидки	Условие
Скидка для сотрудников	15%	Стимулирует быстрый расчёт
Сезонная скидка	до 10%	В межсезонье (апрель–август)

Цены на продукцию магазина атрибутики ХК «Адмирал» находятся на уровне конкурентов или немного выше за счёт эксклюзивности лицензионной продукции и высокого качества, однако скидочная система позволяет привлекать ценовых покупателей.

8 Изучение маркетинговой деятельности предприятия

Проведён анализ спроса на товары с использованием данных официального сайта ХК «Адмирал» (<https://hcadmiral.pro/shop/>), социальных сетей и статистики продаж за июнь 2026 г.

Количество просмотров товара (среднее за неделю):

- 1) шарфы — 1 200 просмотров, количество заказов — 25;
- 2) футболки — 800 просмотров, количество заказов — 15;
- 3) худи — 600 просмотров, количество заказов — 10;
- 4) сувенирная продукция — 1 500 просмотров, количество заказов — 30;
- 5)кепки и головные уборы — 900 просмотров, количество заказов — 18;
- 6) хоккейные атрибуты (шайбы) — 400 просмотров, количество заказов — 8.

Спрос классифицирован как устойчивый (равномерный в течение месяца), с пиками в дни домашних матчей. Коэффициент эластичности спроса по цене — -1,3 (при снижении цены на 5% спрос растёт на 6,5%).

Вид спроса:

- массовый (на шарфы, футболки, сувениры);
- регулярный (не сезонный, базовые позиции);
- растущий (рост запросов на персонализированную продукцию и эксклюзивные коллекции).

Тип маркетинга:

- стимулирующий (для основных товаров — акции, скидки);
- синхромаркетинг (сглаживание сезонных колебаний спроса).

Цели маркетинга:

- увеличение доли рынка до 10% к концу 2026 г. в сегменте спортивной атрибутики

Приморского края;

- повышение узнаваемости бренда ХК «Адмирал» среди болельщиков;
- развитие лояльности существующих клиентов через программы лояльности;
- увеличение среднего чека и частоты покупок.

Стратегии маркетинга:

- стратегия дифференциации (акцент на качество, аутентичность и эксклюзивность продукции);
- стратегия развития бренда (продвижение официальной символики ХК «Адмирал»);
- стратегия низких цен (для отдельных товаров, где это возможно).

Конкурентоспособность товаров

В таблице 12 приведены критерии конкурентоспособности для шарфа двустороннего ХК «Адмирал»:

Таблица 12 — Критерии конкурентоспособности (шарф двусторонний)

Критерий	Весовой коэффициент	Оценка (1–10)	Взвешенная оценка
Качество материала	0,35	9	3,15
Дизайн (оригинальность)	0,25	9	2,25
Цена	0,20	8	1,60
Долговечность (износостойкость)	0,10	8	0,80
Упаковка (фирменный стиль)	0,10	9	0,90
Итого	1,00	—	8,70

Конкурентоспособность шарфа оценена по сравнению с основным конкурентом (ООО «АТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ» 3:50, аналогичный товар)

Результаты представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Сравнительная оценка конкурентоспособности

Параметр	Магазин атрибутики ХК «Адмирал»	ООО «АТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ»	Преимущество
Цена, руб.	1 150	1 390	+ 240 руб. (ниже чем у конкурента)
Качество материала	Высокий (100% акрил)	Средний	+
Оригинальность	Официальная лицензия	Официальная лицензия	+
Износостойкость	Высокая (стойкий принт)	Средняя (выцветает)	Износостойкость
Гарантия	Есть (заводской брак)	Нет	+
Упаковка	Фирменный пакет с символикой	Обычный пакет	+

Итоговый индекс конкурентоспособности (1,15) свидетельствует о конкурентоспособности товара за счёт высокого качества, официальной лицензии, узнаваемости бренда и соответствия ожиданиям целевой аудитории. Несмотря на более высокую цену, покупатели выбирают лицензионную продукцию из-за гарантии качества.

Разработка акций по стимулированию сбыта

В период практики разработана акция «Болеть — это стильно!» для привлечения покупателей в июне–июле 2026 г.:

– скидка 10% на все товары при покупке от 3 000 руб.;

- бесплатная доставка по г. Владивостоку при заказе от 5 000 руб.;
- розыгрыш абонеента на сезон 2026/2027 среди покупателей, совершивших покупку от 3 000 руб.

Акция запущена с 15.06.2026, за первую неделю дополнительно 5 заявок, рост продаж составил 12%.

Цели сбытовой политики:

- максимальный охват целевой аудитории (болельщики ХК «Адмирал»);
- сокращение времени реализации товара до 10 дней (средний срок продажи);
- увеличение доли повторных продаж до 20%;
- расширение географии продаж за счёт интернет-заказов.

Стратегия сбыта — интенсивный сбыт (широкий охват через стационарную точку, интернет-площадки, социальные сети, мессенджеры).

В таблице 14 приведена характеристика каналов сбыта.

Таблица 14 — Каналы сбыта ИП Литвинова А.Ю.

Канал сбыта	Доля продаж, %	Преимущества	Недостатки
Стационарная точка на «Фетисов Арене»	60	Высокий трафик в дни матчей, целевая аудитория	Высокая арендная плата, ограниченное время работы
Официальный сайт ХК «Адмирал» (https://hcadmiral.pro/shop/)	20	Удобство заказа 24/7, охват всей России	Требует SEO-продвижения, технического обслуживания
Социальные сети (Telegram, VK, Instagram)	15	Лояльная аудитория, низкая стоимость	Ограниченный охват, зависимость от алгоритмов
ТК «СДЭК», «Деловые линии», Почта России (доставка)	5	Доставка в регионы Дальнего Востока и РФ	Дополнительные расходы для покупателя

В рамках практики разработаны и реализованы следующие маркетинговые мероприятия:

- запуск рекламной кампании в социальных сетях (VK, Max) — бюджет 10 000 руб., охват 15 000 человек, целевая аудитория — болельщики ХК «Адмирал»;
- создание постов в Telegram-канале — 3 поста в неделю с фотографиями и характеристиками товаров, анонсами новинок;

По итогам мероприятий количество просмотров товаров выросло на 25%, количество заявок — на 28%, объём продаж увеличился на 12% по сравнению с предыдущим месяцем.

Заключение

За время производственной практики в магазине атрибутики ХК «Адмирал» ИП Литвинова Александра Юрьевича с 04 июня по 01 июля 2026 года (144 часа) были полностью выполнены все виды работ, предусмотренные индивидуальным заданием.

Основные результаты практики:

Проведён инструктаж по технике безопасности и охране труда (вводный и первичный на рабочем месте), нарушения не допущены.

Изучена общая характеристика предприятия: организационно-правовая форма (ИП), учредительные документы, сфера деятельности (розничная торговля спортивной атрибутикой), ресурсы, география рынка, целевые потребители. Проведён анализ конкуренции и факторов маркетинговой среды.

Проведён анализ ассортиментной политики: дана характеристика ассортимента (5 товарных групп), построена структура по ценовым сегментам, рассчитаны показатели: ширина (0,83), полнота (0,48), глубина (3 модификации), устойчивость (0,49). Выявлены внутренние и внешние факторы влияния на ассортимент. Рекомендовано расширение ассортимента текстильной продукции и сувениров.

Изучена организация хозяйственных связей: сформирована база данных поставщиков, проведена рейтинговая оценка, лучший поставщик — ООО «В мире футболок» (8,3 балла). Принято участие в переговорах с поставщиком ООО «ТЕХНОЛОГИИ ДРУЖБЫ» и ООО «АТТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ». Произведена приёмка партии шарфов, составлен акт о несоответствии. Изучены нормативные документы (ГК РФ, Закон № 2300-1, Инструкция П-6, П-7).

Обеспечено товародвижение: описан процесс оформления товаров на склад, учёт недостатков, технологический процесс, условия и режимы хранения, размещение товаров в соответствии с правилами продажи.

Составлена и оформлена закупочная документация на шарфы: заявка, спецификация, договор поставки. Проведена проверка документации, обеспечена организационная подготовка закупочной процедуры, подведены итоги. Рекомендовано продолжить сотрудничество с ООО «АТТРИБУТИКА ЭНД КЛАБ».

Проведён анализ экономической деятельности: осуществлён контроль результатов, участие в инвентаризации, оформление документов в 1С. Рассчитаны основные экономические показатели в динамике, проанализированы финансовые показатели, изучен

порядок определения заработной платы, выполнен расчёт зарплаты. Составлены финансовые документы, рассчитаны налоги (УСН 15%), проведены денежные расчёты с покупателями.

Проанализировано ценообразование: изучен порядок ценообразования, определены цели и методы установления цен, выполнен расчёт цен на товары (шарфы, худи, футболки, кепки, шайбы), изучены системы скидок/надбавок.

Изучена маркетинговая деятельность: определён спрос на товары, идентифицирован вид спроса и тип маркетинга, цели и стратегии маркетинга. Определены критерии конкурентоспособности, произведена оценка конкурентоспособности шарфа. Разработана акция «Болеть — это стильно!», определены цели и стратегия сбытовой политики, дана характеристика каналов сбыта. Принято участие в разработке и реализации маркетинговых мероприятий (обновление контента, рекламная кампания, посты в соцсетях).

Подготовлен и оформлен отчёт о практике.

Все задачи, поставленные в индивидуальном задании, выполнены в полном объёме. Цели производственной практики достигнуты.

Полученные знания и навыки могут быть использованы в дальнейшей профессиональной деятельности в сфере торговли и предпринимательства.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023) // Собрание законодательства РФ. — 1996. — № 5. — Ст. 410.
- 2 Трудовой кодекс Российской Федерации от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 22.04.2024) // Российская газета. — 2001. — 31 декабря.
- 3 Федеральный закон от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (ред. от 04.08.2023) // Ведомости СНД и ВС РФ. — 1992. — № 15. — Ст. 766.
- 4 Федеральный закон от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении расчётов в Российской Федерации» (ред. от 08.08.2024).
- 5 Инструкция о порядке приёмки продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления по количеству (П-6) и по качеству (П-7) // Постановление Госарбитража СССР от 15.06.1965 № П-6, от 25.04.1966 № П-7.
- 6 ОКВЭД 2 (Общероссийский классификатор видов экономической деятельности) ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2). — М.: Стандартинформ, 2019. — 847 с.
- 7 Официальный интернет-магазин атрибутики ХК «Адмирал» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://hcadmiral.pro/shop/> (дата обращения: 15.06.2026).
- 8 Данные сервиса «Контур.Фокус» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://focus.kontur.ru> (дата обращения: 10.06.2026).
- 9 Информация о компании ООО «РЕКЛАМНАЯ ГРУППА «ИРОКЕЗ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.prima-inform.ru> (дата обращения: 10.06.2026).
- 10 Информация о компании ООО «ТЕХНОЛОГИИ ДРУЖБЫ» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/id/1232500033699> (дата обращения: 10.06.2026).
- 11 Информация о компании ООО «МЕГАФЛАГ 2000» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.rusprofile.ru/id/8571929> (дата обращения: 10.06.2026).
- 12 Учётная политика ИП Литвинова А.Ю. на 2026 год (утв. 10.01.2026). — 12 с. (внутренний документ).
- 13 Правила внутреннего трудового распорядка магазина атрибутики ХК «Адмирал» (утв. 15.01.2026). — 6 с. (внутренний документ).
- 14 Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ — глава 26.2 «Упрощённая система налогообложения».
- 15 Методические рекомендации по проведению инвентаризации материальных ценностей (утв. Приказом Минфина РФ № 49 от 13.06.1995).

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Студент (ка) Федосеев Артем Александрович
Фамилия Имя Отчество

обучающийся (аяся) на 2 курсе, по специальности 38.02.08 «Торговое дело»
 прошел (ла) производственную практику
 в объеме 144 часов

в период с «04» июня 2026 г. по «01» июля 2026 г.

в организации ООО «Импульс» А.Ю., г. Владимир, ул. Армиграндская, 28, 88 кв. 221.
наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период производственной практики:

№ п/п	Виды работ	Кол-во часов
1	Инструктаж по технике безопасности и охране труда - Пройти вводный инструктаж по технике безопасности на рабочем месте	2
2	Общая характеристика предприятия - год образования предприятия, цель образования; - юр. адрес, месторасположение; - организационно-правовая форма; - перечень учредительных документов; - сфера деятельности предприятия; основные виды деятельности; - определение ресурсов, используемых организацией; - изучение состояния и направлений изменения рынка ресурсов организации; - география рынка, краткая характеристика целевых потребителей; - краткая характеристика основных конкурентов; - характеристика конъюнктуры рынка; - анализ основных факторов маркетинговой среды.	10
ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности		
3	Анализ ассортиментной политики торговой организации: - дать характеристику ассортимента - построить структуры ассортимента - рассчитать показатели ассортимента (широту, полноту, глубину, устойчивость) - рассмотреть внутренние и внешние факторы влияющие на ассортиментную политику торгового предприятия	15
4	Организация хозяйственных связей с поставщиками и потребителями товаров и услуг: - изучить базу данных поставщиков; - провести рейтинговую оценку работы с поставщиками; - принять участие в работе с поставщиками; - провести приемку товаров по качеству и количеству; - изучить нормативные и технологические документы, регламентирующие поставку товаров; - оформить акты о несоответствии	15
5	Обеспечение товародвижения в складах и магазинах: - описать процесс оформления товаров на склад, учесть выявленные недостатки; - описать технологический процесс товародвижения в магазине - описать условия и режимы хранения товаров на складе и в торговом зале; - описать условия размещения товаров в соответствии с правилами продажи	15
6	Составление и оформление закупочной документации, осуществления ее проверки для проведения закупочной процедуры, организационно-технического обеспечения деятельности закупочных комиссий, оценки результатов и подведение итогов закупочной процедуры	15

ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли		
7	Анализ экономической деятельности предприятия: - контроль и анализ результатов деятельности организации; - участие в работе по учету и инвентаризации материальных ценностей; - оформление организационно-распорядительных и иных документов с использованием автоматизированных систем; - проверка правильности составления документации; - расчет и анализ основных экономических показателей деятельности в динамике; - анализ основных показателей финансово- хозяйственной деятельности; - изучение порядка определения заработной платы по категориям занятых (по выбору); - участие в работе по расчету заработной платы; - участие в составлении финансовых документов и отчетов; - расчет основных налогов; - проведение денежных расчетов с покупателями.	20
8	Анализ ценообразования торгового предприятия: - изучение порядка ценообразования в организации; - идентификация целей и методов установления цен; - расчет цены на товар/услугу (по выбору); - ознакомление с системами скидок/надбавок.	14
9	Изучение маркетинговой деятельности предприятия: - определение спроса на отдельный товар/услугу; - идентификация вида спроса и типа маркетинга, цели и стратегии маркетинга; - определение критериев конкурентоспособности товара/услуги (по выбору); - оценка конкурентоспособности товара/услуги (по выбору); - участие в разработке акций по стимулированию сбыта; - определение целей, стратегии сбытовой политики; - характеристика используемых каналов сбыта; - участие в разработке и реализации маркетинговых мероприятий.	20
10	Подготовка и оформление отчета о практике	18
Итого		144

Дата выдачи задания «22» мая 2026 г.

Срок сдачи отчета по практике «01» июля 2026 г.

Руководители:

преподаватель академического колледжа



Худякова С.К.

преподаватель академического колледжа



Гирюк И.А.

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студент(ка) Ковалев Александр,
 ФИО

обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 38.02.08 Торговое дело прошел(ла)
 производственную практику в объеме 144 часов с «04» июня 2026 г. по «01» июля 2026 г.
 в организации Индивидуальное предпринимательство

Иванова Александра Юрьевна, г. Владивосток, ад. Адмирала
 наименование организации, юридический адрес Калинина 8-88, кв. 212

В период практики в рамках осваиваемого вида профессиональной деятельности выполнял
 следующие виды работ:

Вид профессиональной деятельности	Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
ПМ.01 Организация и осуществление торговой деятельности	ПК 1.1	Проводить сбор и анализ информации о потребностях субъектов рынка на товары и услуги, в том числе с использованием цифровых информационных технологий	Отлично
	ПК 1.2	Устанавливать хозяйственные связи с поставщиками и потребителями товаров и услуг, в том числе с применением коммуникативных возможностей искусственного интеллекта	Отлично
	ПК 1.3	Осуществлять подготовку, оформление и проверку закупочной документации, в том числе с использованием электронного документооборота и сквозных цифровых технологий	Отлично
	ПК 1.4	Осуществлять подготовку к заключению внешнеторгового контракта и его документальное сопровождение	Отлично

	ПК 1.5	Осуществлять контроль исполнения обязательств по внешнеторговому контракту	Отлично
	ПК 1.6	Организовывать выполнение торговых технологических процессов, в том числе с применением цифровых технологий	Отлично
ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	ПК 2.1	Проводить маркетинговые исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Отлично
	ПК 2.2	Разрабатывать предложения по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Отлично
	ПК 2.3	Проводить сбор, мониторинг и систематизацию ценовых показателей товаров, в том числе с использованием информационных интеллектуальных технологий	Отлично
	ПК 2.4	Устанавливать конкурентные преимущества товара на внутреннем и внешних рынках	Отлично
	ПК 2.5	Разрабатывать бизнес-план и финансовую модель деятельности предпринимательской единицы, в том числе с применением программных продуктов	Отлично
	ПК 2.6	Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	Отлично

	ПК 2.7	Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	<i>Отлично</i>
	ПК 2.8	Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	<i>Отлично</i>
Итоговая оценка по производственной практике			<i>Отлично</i>

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

Освоены на продвинутом уровне
 (освоены на продвинутом уровне / освоены на базовом уровне /
 освоены на пороговом уровне / освоены на уровне ниже порогового)

Дата *03 06* 20__ г.

Оценка за практику *Отлично*

Руководитель практики от предприятия



Литвинов А.Ю
 Ф.И.О.

ДНЕВНИК

прохождения производственной практики

Студент Литвинов Александр Александрович
Фамилия Имя Отчество

Специальность/профессия 38.02.08 «Торговое дело»

Группа СОп-ТД-24-КМ1

Место прохождения практики Торговый дом, г. Владивосток, ул. Мухоморова, д. 284

Сроки прохождения с «04» июня 2026 г. по «01» июля 2026 г.

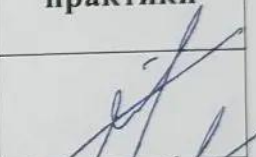
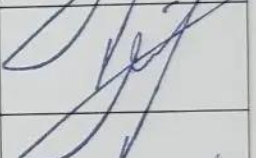
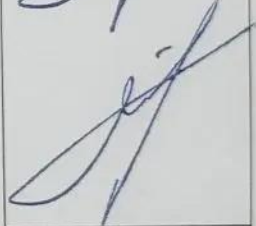
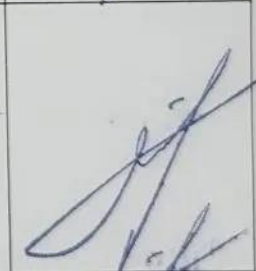
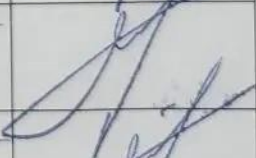
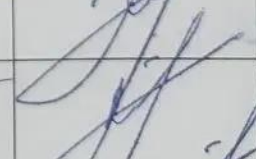
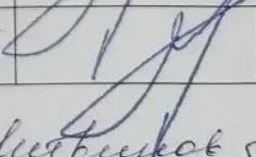
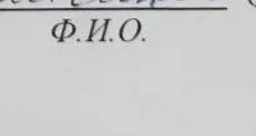
Инструктаж на рабочем месте

«04» июня 2026 г.

дата

подпись

Ф.И.О. инструктирующего

Дата	Описание выполнения производственных заданий (виды и объем работ, выполненных за день)	Оценка	Подпись руководителя практики
04.06.2026- 05.06.2026	Изучение общей характеристики предприятия	5	
06.06.2026- 08.06.2026	Анализ ассортиментной политики торговой организации	5	
09.06.2026- 10.06.2026	Изучение базы данных поставщиков, проведение рейтинговой оценки работы с поставщиками, приемка по качеству и количеству, участие в работе с поставщиками, изучение нормативных и технологических документов, регламентирующих поставку товара	5	
11.06.2026- 13.06.2026	Описание процесса оформления товаров на склад, учесть выявленные недостатки; технологического процесса товародвижения в магазине; условий и режима хранения товаров на складе и в торговом зале; условий размещения товаров в соответствии с правилами продажи	5	
15.06.2026- 18.06.2026	Анализ экономической деятельности предприятия	5	
19.06.2026- 22.06.2026	Анализ ценообразования торгового предприятия	5	
23.06.2026- 26.06.2026	Изучение маркетинговой деятельности предприятия	5	
27.06.2026- 01.07.2026	Оформление отчёта практики Дифференцированный зачет		

Руководитель
М.П.



подпись

Ф.И.О.

Литвинов А.А.

ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении производственной практики студента (ки)

Студент Никола Фрица Алексеевна 2 курс, СОп-ТД-24-КМ1
(ФИО студента) № курса/группы

проходил практику с «04» июня 2026 г. по «01» июля 2026 г.

на ОО. Литвинов Александр Юрьевич
название предприятия

в подразделении отдел продаж Агрисистемы
название подразделения

За период прохождения практики студент посетил 24 дня, из них по уважительной причине отсутствовал 0 дней, пропуски без уважительной причины составили 0 дней.

Студент соблюдал/не соблюдал трудовую дисциплину и /или правила техники безопасности.

Отмечены нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники безопасности:

Студент не справился со следующими видами работ:

За время прохождения практики показал, что

Никола Фрица

Фамилию Имя практиканта

что умеет/не умеет планировать и организовывать собственную деятельность, способен/не способен налаживать взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет/не имеет хороший уровень культуры поведения, умеет/не умеет работать в команде, высокая/низкая степень сформированности умений в профессиональной деятельности.

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя хорошо

В рамках дальнейшего обучения и прохождения учебной практики студенту можно порекомендовать:

дальнейшее профессиональное развитие и углубление навыков.



ОО. Литвинов А.Ю.

подпись куратора

подпись

Литвинов А.Ю.

И.О. Фамилия

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ВВГУ»)

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Коваль Арина Алексеевна

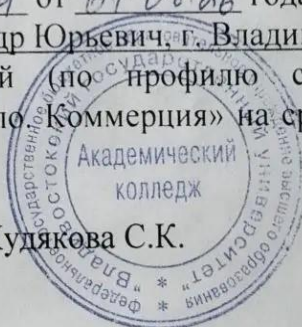
Подразделение Академический колледж Группы СОп-ТД-24-КМ1

согласно приказу ректора № 1413-9 от 01.06.26 года

направляется в ИП Литвинов Александр Юрьевич, г. Владивосток

для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 38.02.08 «Торговое дело. Коммерция» на срок 4 недели с 04.06.2026 года
по 01.07.2026 года.

Руководитель практики Гирюк И.А., Худякова С.К.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
ИП Литвинов А.Ю.	04.06.2026	
ИП Литвинов А.Ю.	01.07.2026	