

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет»
Академический колледж

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

по профессиональному модулю

ПМ.03. Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение
сохраняемости товаров

ПМ. 04. Выполнение работ по должности служащего «Агент
коммерческий»

программы подготовки специалистов среднего звена

38.02.04 Коммерция (по отраслям)

период с «05» июня 2023 по «24» июня 2023 года

Студент группы С-КМ-22-1 _____ /Ю.Ю. Ларева/

Наименование предприятия ИП Иванова Таисия Георгиевна

Руководитель практики от предприятия _____ /Е.Н.Горохова/

Отчет защищен:
с оценкой отлично Руководитель практики от ИП _____ /Худякова С.К./

Владивосток 2023

Содержание

Введение	3
1. История создания и развития предприятия	5
2. Анализ ассортиментной политики торговой организации VISCONTI	6
3. Проведение работы с поставщиками	9
4. Организация товародвижения в складах и магазинах	11
5. Потребности в товаре среди покупателей	12
6. Методы и способы стимулирования сбыта	13
Заключение	15
Список использованных источников	16
Приложения	17

Введение

Производственная практика является необходимой составляющей учебного процесса по подготовке студентов по направлению 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Целью производственной практики по профессиональному модулю ПМ 04. выполнение работ по должности служащего "Агент коммерческий" является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности, приобретение практического опыта работы по специальности.

задачами практики являются:

- формирование у обучающихся комплексного представления об особенностях работы розничной и оптовой торговли различных видов, классов и типов
- формирования у обучающихся комплексного представления о работе по должности "Агент коммерческий" на предприятии торговли и сферы услуг
- освоение функциональных процессов, связанных с приемкой товар по количеству и качеству
- приобретение опыта выполнения работ по должности "Агент коммерческий"
- развитие навыков работы с продовольственными и непродовольственными товарами, товаросопроводительными и иными документами
- содействие формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес активное и творческое отношение к работе по должности "Агент коммерческий"
- сбор обобщение и систематизация материалов для написания отчета по производственные практики.

Целью производственной практики (по профилю специальности) по профессиональному модулю ПМ03. Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохранности товаров является формирование у обучающихся общих и профессиональных компетенций, соответствующих виду профессиональной деятельности, приобретение практического опыта по специальности.

Задачами практики являются:

- Формирование у обучающихся комплексного представления о специфике работы коммерческих предприятий на различных отраслевых рынках;
- Освоение функциональных процессов, связанных с управлением ассортиментом, оценка качества и обеспечением сохранности товаров;
- Приобретение опыта выполнения основных работ по управлению ассортиментом;
- Приобретение опыта выполнения основных работ по оценке качества и обеспечению

сохраняемости товаров;

Развитие навыков работы с торговым (или промышленным) ассортиментом, продовольственными и непродовольственными товарами, документами по подтверждению соответствия товаросопроводительными и иными документами;

Содействия формированию личностных качеств, обуславливающих устойчивый интерес, активное и творческое отношение к работе менеджера по продажам;

Сбор, общения и систематизация материалов для написания отчета по учебной (по профилю специальности) практики.

1 История создания и развития предприятия

Компания Visconti была основана в 2009 году. Молодая семья решилась открыть небольшую собственную торгово-производственную компанию, выбрав непростой путь. Исходная идея была не продавать готовую продукцию, то есть не закупать у кого-то и перепродавать в целях получения прибыли. Главной идеей была- собственное адаптивное производство обуви для жителей самого северного региона России- для Республики Саха (Якутия). А значит комфортной и качественной обуви, способного выдерживать северные условия. При этом стильного по дизайну, который совершенствует и дополняет образ современного человека, создавая свою нотку обувной моды. Благодаря большому желанию и энтузиазму, собственное дело начала стремительно трансформироваться в маленькую компанию.

Сегодня, «VISCONTI» - бренд обуви и аксессуаров, за которыми стоит большая история, международная команда и невероятная работа профессионалов. Основанная в 2009 году компания вот уже больше 10 лет производит обувь под брендом VISCONTI. Коллекция обуви и аксессуаров разрабатывается с российскими дизайнерами и технологами совместно с итальянскими профессиональными консультантами обувной мануфактуры. Модели отличаются непревзойденными мастерством исполнения и высоким качеством. Используются только натуральные материалы-импортная отборная кожа из Аргентины, Испании и Италии.

В 2016 году впервые в истории малого бизнеса, индивидуальный предприниматель из Республики Саха (Якутия), основатель торговой марки «VISCONTI» Иванова Таисия Георгиевна получила исключительное право Патент в масштабе всей Российской Федерации. Зарегистрировав в Роспатенте -товарный знак «VISCONTI», как единственный производитель и распространитель товаров под данным брендом.

2 Анализ ассортиментной политики торговой организации VISCONTI

Ассортиментная политика - определение набора товарных групп, наиболее предпочтительного для успешной работы на рынке и обеспечивающего экономическую эффективность деятельности предприятия в целом.

В ассортиментной политике, должны учитываться следующие факторы:

- Наличие в магазинах разнообразных товаров;
- Устойчивость и гибкость ассортимента - ориентир для покупателя.
- Коэффициент устойчивости ассортимента
- Степень обновления товарного ассортимента, то есть его пополнение новыми продуктами и изделиями;
- Соответствие ассортимента изменениям спроса и сезонным колебаниям;
- Рациональное размещение товаров в магазинах.

На предприятие представлен широкий ассортимент женской и мужской обуви, широкий спектр сопутствующих товаров: ремни для сумок, сумки, кошельки, принадлежности для ухода за обувью, носки, визитницы и т.д.

В ассортиментном перечне предприятия представлены следующие наименования женской обуви: сапоги, полу сапоги, ботинки, полу ботинки, туфли, туфли закрытые, босоножки, сабо. 4 наименования мужской обуви: ботинки, туфли, сандалии, сабо. Прочая обувь: кроссовки, тапочки, сланцы.

Предприятие имеет группу собственных торговых марок: VISCONTI, STIVALETTO, PATROL, KEDDO.

Коллекция обуви включает в себя как модельную, так и повседневную обувь различных стилевых направлений.

Структура ассортимента-характеризуется удельной долей каждого вида или наименования товара в общем наборе.

Показатели структуры ассортимента могут иметь натуральное и денежное выражение и носит относительный характер.

Таблица 1-Структура ассортимента магазина VISCONTI

Вид ассортиментной группы	Кол-во моделей	Ср.цена руб	Стоимость шт.руб	Относительные показатели	
				Натуральном	Денежном
Женская обувь	237	5000	7600	47.8	32.3
Мужская обувь	101	5000	7600	20.4	32.3

Продолжение таблицы 1

Сумки и кошельки	112	3000	4400	22.5	18.7
Для ухода за обувью	6	150	1600	1.2	6.8
Прочее	40	700	2300	8.1	9.8
Итого	496	-	23500	100	99.9

Относительные показатели структурного ассортимента натурального выражения рациональнее использованных площадей под выкладку и хранения товара



Рисунок 1-Структура ассортимента в натуральном выражении

Наибольшую удельную долю структура ассортимента магазина VISCONTI занимает женская обувь и мужская обувь, под эти группы необходимо отвести наибольшее количество площадей на полках и на складе.

Относительные показатели структуры ассортимента денежного выражения показывает удельную долю прибыльности товарной группы.



Рисунок 2-Структура ассортимента в денежном выражении

Наиболее прибыльной категории является женская и мужская обувь, на которое приходится по 32.2%.

Расчет показателей ассортимента

Таблица 2-Показатели ассортимента

ПОКАЗАТЕЛЬ	РАСЧЕТ	РЕЗУЛЬТАТ
Коэффициент широты	$K_{ш}=(Шф/Шб)*100\%$ $K_{ш}=(23/30)*100\%$	76,6%
Коэффициент полноты	$K_{п}=(Пф/Пб)*100\%$ $K_{п}=(27/45)*100\%$	60%
Коэффициент глубины	$K_{г}=(Гф/Гб)*100\%$ $K_{г}=(30/44)*100\%$	68,1%

В таблице 2 я рассчитала показатели на примере ассортиментной группы, а именно женской обуви.

Факторы, влияющие на формирование ассортиментной политики

Формирование ассортимента обуви производится с учетом общих факторов, то есть не зависящих от конкретных условий работы торгового предприятия, и специфических, то есть отражающих конкретные условия.

К общим факторам относятся: покупательский спрос и возможности производства, к специфическим относятся: тип и размер магазина, условия товароснабжения, численность и состав обслуживаемого населения, наличие конкурентов, техническая оснащенность. Инструментом, регулирующим ассортимент обуви, служит ассортиментный перечень.

Его назначение - контролировать полноту и стабильность ассортимента. Полнота ассортимента — это соответствие фактического наличия обуви в торговом предприятии разработанному ассортиментному перечню. Под стабильностью ассортимента понимают бесперебойное наличие в продаже обуви, предусмотренной ассортиментным перечнем.

3 Проведение работы с поставщиками

Производственной стратегией предприятия предусматривается расширение и укрепление хозяйственных связей на основе долговременных отношений.

Одним из ключевых моментов, которые следует учесть при закупке товаров, является то, что условия выполнения заказа, обсуждаемые с поставщиком, зачастую имеют большее значение, чем стоимость товаров.

Главными условиями договора являются: предмет поставки (наименование, количество, ассортимент и качество товаров), сроки поставки и цена товара. Отсутствие хотя бы одного из этих условий делает договор поставки недействительным.

Кроме этих условий в договорах предусматриваются также порядок отгрузки и доставки, требования к таре и упаковке, условия их возврата и др. Приложением к договору поставки является заявка-спецификация на поставку обуви. В заявке-спецификации указываются: ассортимент, количество поставок обуви по кварталам.

Важное значение для рациональной организации товароснабжения розничной торговой сети имеет выбор метода завоза товаров.

В компании VISCONTI применяется централизованный и децентрализованный методы товароснабжения. Данная информация согласуется с поставщиками товаров и указывается в договорах поставки. VISCONTI осуществляет оптовые закупки товаров. В течение года также могут налаживаться деловые контакты, но это уже делается самостоятельно, по инициативе одной из сторон.

Осуществляя оптовую закупку товаров, VISCONTI воздействует на поставщиков, добиваясь улучшения качества товаров, расширения и обновления ассортимента для удовлетворения потребительского спроса.

Все спорные вопросы и конфликтные ситуации VISCONTI стремится решать в досудебном порядке. Правильная организация оптовых закупок должна способствовать укреплению финансового положения организации, и, наоборот, ошибки в этой работе приводят к убыткам.

Выполнение договоров контролируется по общему объему, развернутому ассортименту, срокам поставки, качеству, комплектности, соблюдению транспортных условий, расчетной дисциплины, по вопросам организации оборота тары и средств пакетирования, выполнению условий отгрузки, порядка согласования цены. Коммерческие службы следят за наличием и правильным оформлением сопроводительных документов (качественных удостоверений, сертификатов соответствия, лицензий и др.).

Учитывая большое многообразие поставщиков товаров, их можно разделить на группы по различным признакам. В обобщенном виде всех поставщиков товаров можно подразделить на две категории: поставщиков-изготовителей и поставщиков оптовых предприятий.

Поставщики-изготовители - производственные предприятия, фирмы, частные предприниматели и т. д., выпускающие товары потребительского назначения различного ассортимента для удовлетворения спроса потребителей.

Поставщики оптовых предприятий закупают товары у поставщиков-изготовителей, а также у оптовых посредников и реализуют их оптовым покупателям.

Основные поставщики обувных товаров VISCONTI находятся в Китае. У них есть своя торговая марка и производят свою обувь именно там, то есть в Китае.

Приемку товаров по количеству VISCONTI мы проводили в определенные сроки. Так, товары, поступившие без тары, в открытой или поврежденной таре, принимали в момент их доставки в магазин. Товары, поступившие в исправной таре, по массе брутто и количеству мест принимали в момент получения их от поставщика, по массе нетто и количеству товарных единиц в каждом месте - одновременно со вскрытием тары.

Количество поступивших товаров определяли в тех же единицах измерения, которые указаны в сопроводительных документах.

Если в процессе приемки будет выявлялась недостача, то приемку товаров мы приостанавливали. Необходимо обеспечить сохранность товаров. О выявленной недостаче составляли акт за подписями лиц, принимавших товар.

4 Организация товародвижения в складах и магазинах

Целью товародвижения является доставка нужного товара в нужное место, в нужное время и с минимально возможными издержками.

Определив цель товародвижения, предприятие приступает к формированию системы товародвижения.

Организацию товароснабжения и хозяйственных связей начинаются с поиска и выбора поставщиков.

Однако особенностью работы магазина VISCONTI в области организации товароснабжения является наличие долгосрочного опыта работы с различными поставщиками/

В связи с тем, что магазин VISCONTI осуществляет свою деятельность на протяжении уже нескольких лет, в его закупочной работе в настоящее время практически полностью отсутствуют такие этапы, как формирование номенклатуры товаров, принятие целевых решений по закупке и поставке товаров, поиск и выбор поставщиков.

Руководство магазина VISCONTI прежде всего стоит перед выбором поставщика, обеспечивающего наиболее оптимальные условия поставки. Выбор поставщика осуществляется путем сопоставления различных условий поставки товаров по отдельным поставщикам и выбора на основе этого сопоставления тех поставщиков, которые наиболее полно удовлетворяют требованиям магазина.

Инвентаризация — это проверка фактических остатков товаров, которые есть в магазине и на складе, сверка их количества с данными из учетной системы. Если магазин не ведет учет, то инвентаризация помогает узнать, какие товары в наличии и чего не хватает. Из этих данных владелец магазина может сделать выводы о товарных остатках — активах его бизнеса.

В магазине VISCONTI инвентаризация проводится один раз в месяц, я принимала участие в одной инвентаризации, посчитали весь товар и обнаружили 1 пересорт и 2 недостачи.

Движение товара от поставщика к потребителю оформляется товаросопроводительными документами: товарной накладной, товарно-транспортной накладной, железнодорожной накладной, счетом и счетом-фактурой.

5 Потребности в товаре среди покупателей

Спрос — это желание потребителя купить конкретный товар или услугу по конкретной цене в течение определённого периода времени, подкреплённое готовностью оплатить покупку.

Я составила анкету и провела опрос среди покупателей магазина VISCONTI и в опросе приняли 88 покупателей.

Вопросы были следующие:

Какого качества обувь Вы предпочитаете,

Где чаще всего Вы покупаете обувь в Якутске?

Какую сумму денег Вы можете себе позволить потратить на обувь из натуральной кожи?

Устраивают ли Вас цены в нашем магазине?

Как часто Вы совершаете покупки в магазине VISCONTI?

Удовлетворяет ли Вас уровень обслуживания магазина VISCONTI?

Таблица 3-Опрос среди покупателей и результат

1.Какого качества обувь Вы предпочитаете?	49 человек ответили «Натуральная кожа»; 18 человек ответили «Искусственная кожа»; 21 человек ответили «Текстиль»
2.Где чаще всего Вы покупаете обувь в Якутске?	56 человек ответили магазин «VISCONTI» 32 человек назвали названия других магазинов
3.Какую сумму денег Вы можете себе позволить потратить на обувь из натуральной кожи?	2000-3000- 15 человек 4000-5000- 9 человек 5000-7000- 31 человек 7000-больше- 33 человек
4.Устраивают ли Вас цены в нашем магазине?	Да-67% Нет- 33%
5.Как часто Вы совершаете покупки в магазине VISCONTI?	Всегда выбираю только Ваш магазин- 79% Редко-21%
6.Удовлетворяет ли Вас уровень обслуживания магазина VISCONTI?	Да-91% Нет-9%

6 Методы и способы стимулирования сбыта

В магазине «VISCONTI» непрерывным мониторингом рынка занимается отдел маркетинга, который подчиняется коммерческому директору.

В процессе мониторинга производится: анализ доходов и покупательской способности населения области; выявление незаполненных ниш рынка; исследование сегментов рынка; исследование качественных характеристик, которыми руководствуется потребитель при осуществлении покупки.

Наблюдение осуществляют продавцы магазинов и другие лица, которые находятся в процессе непосредственного общения с покупателями. В конце каждой рабочей недели они заполняют специальные опросные листы, разработанные в отделе маркетинга организации.

Магазин «VISCONTI» проводит опрос потребителей для того, чтобы получить информацию о знаниях, убеждениях и предпочтениях людей, о степени их удовлетворенности и т.п., а также для замеров прочности своего положения в глазах аудитории.

Российский покупатель зимней обуви выбирает обувь для суровых погодных условий, способную выдерживать самые сильные морозы (до 40 градусов по Цельсию), устойчивую к повышенной влажности, удобную для повседневной носки. Поэтому у потребителя сложились специфические требования и привычки в выборе обуви. Для зимней обуви это - использование толстой подошвы, натуральной кожи в качестве материала верха и натурального меха, как материала подкладка. В большей степени выбираются сапоги с высоким голенищем.

Магазин «VISCONTI» осуществляет стратегическое управление. В подтверждение этого можно привести следующие примеры:

-Постоянно проводятся собрания высшего руководства и финансовых менеджеров для обсуждения финансового положения компании и ее дальнейшего развития.

-Периодически менеджеры компании разрабатывают различные бизнес-проекты, позволяющие более эффективно использовать имеющиеся ресурсы (организация овчинно-мехового производства).

-Предприятие осуществляет свою деятельность на принципе единства целей и установок. Руководство компании устанавливает цели для своей будущей деятельности, разрабатывает стратегию, и работа всех подразделений направлена на выполнение данной стратегии и достижение поставленных целей.

Таким образом, можно сказать, что персонала «VISCONTI» обладает достаточно высоким уровнем стратегического мышления и развития.

Маркетинговая стратегия «VISCONTI» направлена на стимулирование сбыта.

На обувь, которая пользуется низким спросом в магазине «ЦУМ» устанавливается снижение цен ниже их общего рыночного уровня.

Также магазин «VISCONTI» с успехом применяет цены - приманки.

Обувь, известная покупателю высоким качеством продается по низким ценам с целью привлечь покупателя именно в эту торговую точку.

Еще одним действенным методом стимулирования сбыта обуви являются гарантийные условия на обувь. Как правило, гарантия на обувь устанавливается производителем и составляет 90 дней.

Наиболее распространен в магазине «VISCONTI» метод скидок - дисконтные накопительные карты, купоны. Также магазин проводит различные рекламные акции - например, купившему пару обуви свыше 2500 руб. предоставляет подарок - средство для ухода за обувью или скидка на вторую пару обуви и т.д.

Таким образом, можно увидеть, что предприятие использует всевозможные способы стимулирования продаж, что является залогом его успешной финансовой деятельности.

Заключение

В ходе прохождения производственной практики, был рассмотрен ряд вопросов: организационно-розничная деятельность, организационная структура VISCONTI. Проведен анализ основных экономических показателей работы магазина. Также были даны принципы формирования ассортиментной политики торговой организации, раскрыта специализация магазина и описан ассортиментный перечень.

В отчете была раскрыта организация торгово-розничной деятельности магазина, сущность и содержание закупочной работы, принцип работы магазина "VISCONTI" с поставщиками.

Также были включены в отчёт: опрос среди покупателей, который показывает, что компания занимает хорошую востребованность среди жителей Якутии, В отчете подробно раскрыт порядок проведения количественной и качественной приемки товаров.

Проанализировав деятельность магазина, можно сделать ряд выводов:

-соблюдаются правила торговли и другие законы, нормы и правила в области розничной торговли;

-предлагается только качественный товар;

-устанавливаются связи только с надежными поставщиками.

Список использованных источников

1. ГОСТ 23251 Обувь. Термины и определения.
2. ГОСТ 23554.1 Экспертные методы оценки качества промышленной продукции.
Организация и проведение экспертной оценки качества промышленной продукции.
3. ГОСТ 23554.2 Экспертные методы оценки качества промышленной продукции.
Обработка экспертных оценок качества.
4. ГОСТ 7296 Обувь. Упаковка. Маркировка. Транспортирование и хранение.
5. ГОСТ 9289 Обувь. Правила приемки.
6. Рабочая программа учебной практики профессиональному модулю ПМ 04. Выполнения работ по должности служащего «Агент коммерческий» программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.04 Коммерция (по отраслям)
7. Рабочая программа учебной практики по профессиональному модулю ПМ 03. Управления ассортиментом, оценка качества и обеспечения сохраняемости товаров программы подготовки специалистов среднего звена 38.02.04 Коммерция (по отраслям).

Приложение 2

ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении производственной практики студентки

Студентка Дарева Юлиянна Юрьевна С-КМ-22-1
(ФИО студента) № курса/группы

проходил практику с 05.06.2023 г. по 24.06.2023 г.

на базе ИП Иванова Таисия Георгиевнав подразделении механической сборки
название подразделения

За период прохождения практики студент посетил 18 дней, из них по уважительной причине отсутствовал 0 дней, пропуски без уважительной причины составили 0 дней.

Студент соблюдал трудовую дисциплину и правила техники безопасности.

За время прохождения практики студент показал, что умеет планировать и организовывать собственную деятельность, способен налаживать взаимоотношения с другими сотрудниками, имеет хороший уровень культуры поведения, умеет работать в команде, высокая степень сформированности умений в профессиональной деятельности.

В отношении выполнения трудовых заданий проявил себя отлично.

В рамках дальнейшего обучения и прохождения практики студенту можно порекомендовать: студенту рекомендовано
продолжить на практике

Механик-сборщик
Должность куратора

[Подпись]
Подпись

Горюхова Е.Н.
И.О. Фамилия



Приложение 3

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

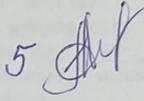
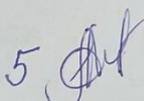
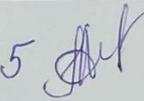
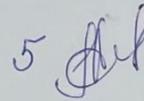
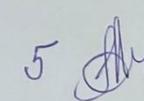
Студент(ка) Ларева Юлиянна Юрьевна,

ФИО

обучающийся(аяся) на 1 курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) прошел(ла) производственную практику (по профилю специальности) в объеме 108 часов с «05» июня 2023 г. по «24» июня 2023 г.

в организации ИП Иванова Таисия Георгиевна, РС(Я), г. Якутск, ул. Халтурина 14/3 кв. 77
наименование организации, юридический адрес

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

Вид профессиональной деятельности	Коды формируемых компетенций	Вид работ	Оценка качества выполненных работ
	ОК 1	Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.	5 
	ОК 2	Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.	5 
	ОК 3	Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.	5 
	ОК 4	Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.	5 
	ОК 5	Использовать информационно-коммуникационные технологии профессиональной деятельности	5 

Продолжение приложения 3

ОК 6	Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями	5 <i>Def</i>
ОК 7	Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации	5 <i>Def</i>
ОК 8	Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения	5 <i>Def</i>
ОК 9	Пользоваться иностранным языком как средством делового общения	4 <i>Def</i>
ОК 10	Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь	4 <i>Def</i>
ОК 11	Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций	5 <i>Def</i>
ОК 12	Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.	5 <i>Def</i>

Продолжение приложения 3

Управление ассортиментом, оценка качества и обеспечение сохранности товаров	ПК 3.1	Участвовать в формировании ассортимента в соответствии с ассортиментной политикой организации, определять номенклатуру показателей качества товаров	5 Def
	ПК 3.2	Рассчитывать товарные потери и реализовывать мероприятия по их предупреждению или списанию	5 Def
	ПК 3.3	Оценивать и расшифровывать маркировку в соответствии с установленными требованиями	5 Def
	ПК 3.4	Классифицировать товары, идентифицировать их ассортиментную принадлежность, оценивать качество, диагностировать дефекты, определять градации качества	5 Def
	ПК 3.5	Контролировать условия и сроки хранения и транспортирования товаров, обеспечивать их сохранность, проверять соблюдение требований к оформлению сопроводительных документов	5 Def
	ПК 3.6	Обеспечивать соблюдение санитарно-эпидемиологических требований к товарам и упаковке, оценивать качество процессов в соответствии с установленными требованиями	5 Def
	ПК 3.7	Производить измерения товаров и других объектов, переводить	5 Def

Продолжение приложения 3

		внесистемные единицы измерений в системные	
	ПК 3.8	Работать с документами по подтверждению соответствия, принимать участие в мероприятиях по контролю	5 <i>Def</i>
Выполнение работ по должности служащего «Агент коммерческий»	ПК 1.1	Участвовать в установлении контактов с деловыми партнерами, заключать договора и контролировать их выполнение, предъявлять претензии и санкции	5 <i>Def</i>
	ПК 1.2	На своем участке работы управлять товарными запасами и потоками, организовывать работу на складе, размещать товарные запасы на хранение	5 <i>Def</i>
	ПК 1.3	Принимать товары по количеству и качеству	5 <i>Def</i>
	ПК 1.4	Идентифицировать вид, класс и тип организаций розничной и оптовой торговли	5 <i>Def</i>
	ПК 1.5	Оказывать основные и дополнительные услуги оптовой и розничной торговли	5 <i>Def</i>
	Итоговая оценка		

Руководитель организации

Def

Приложение 4

Индивидуальное задание по производственной (по профилю специальности) практике

Студент(ка) Ларева Юлианна Юрьевна,
ФИО

обучающийся(аяся) на 2 курсе по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям) прошел(ла) производственную (по профилю специальности) практику в объеме 108 часа с «05» июня 2023 г. по «24» июня 2023г. в организации ИП Иванова Таисия Георгиевна, РС(Я), г. Якутск, ул. Халтурина 14/3 кв. 77

наименование организации, юридический адрес

Виды и объем работ в период производственной практики

№ п/п	Вид работ	Кол-во часов
1	Инструктаж по технике безопасности	1
2	Изучить характеристику предприятия	3
3	Провести 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	17
4	Принять участие в работе с поставщиками - изучить базу данных по поставщикам - провести рейтинговую оценку работы с поставщиками; - провести приемку товаров по качеству и количеству - изучить нормативные и технологические документы, регламентирующие поставку товаров - оформить акты о несоответствии	20
5	Рассмотреть обеспечение товародвижения в складах и магазинах: - описать процесс оформления товаров на склад, учесть выявленные недостатки - описать технологический процесс товародвижения в магазине - принять участие в инвентаризации - оформить соответствующие документы	15
6	Выявить потребности в товаре (спроса), на примере одной ассортиментной группы -составить анкету -провести опрос покупателей	20

Продолжение приложения 4

	-обработать результаты -разработать рекомендации по совершенствованию ассортимента	
7	Описать методы и способы стимулирования сбыта	20
8	Подготовка и оформление отчета о практике	12
Итого		108

Дата «26» июня 2023 г.

Подпись руководителя практики

 / Худякова С.К., преподаватель Академического колледжа

_____ / Чудаев Э.Ю., преподаватель Академического колледжа

Приложение 5

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

НАПРАВЛЕНИЕ НА ПРАКТИКУ

Студент Ларева Юлия Юрьевна
Подразделение Академический колледж Группы С-КМ-22-1
согласно приказу ректора № _____ от _____ года
направляется в ИП Иванова Т.Г., Республика Саха (Якутия), г. Якутск
для прохождения производственной (по профилю специальности) практики по
специальности 38.02.04 «Коммерция (по отраслям)» на срок 3 недели с 05.06.2023 года по
24.06.2023 года.

Руководитель практики Худякова С.К., Чудаев Э.Ю.



Отметки о выполнении и сроках практики

Наименование предприятия	Отметка о прибытии и убытии	Печать, подпись
<u>ИП Иванова Т.Г.</u>	<u>05.06.23 - 24.06.23</u>	

