

ОТЧЁТ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(по профилю специальности)

ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской
деятельности в сфере торговли

Специальность: 38.02.08 Торговое дело. Коммерция

период с «15» июня 2026г. по «27» июня 2026 г.

Студент группы СпТД-25-КМ-1

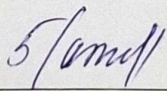
 /И.В.Ларина/

Организация: ПАО "МТС", г. Владивосток

Руководитель практики

 /О.В.Мясникова /

Отчет защищен:
с оценкой



Владивосток 2026

Содержание

Введение	4
1 Характеристика деятельности предприятия и соблюдение норм безопасности	4
2 Организационная структура торгового предприятия	6
3 Анализ торгово-коммерческой деятельности и клиентской базы	7
4 Договорная работа с поставщиками и претензионная работа	9
5 Ассортиментная политика торгового предприятия	11
6 Оформление результатов торгово-хозяйственной деятельности	13
7 Проведение торговых операций с потребителями	14
8 Маркетинговые мероприятия для привлечения клиентов	15
9 Рекомендации по повышению эффективности предпринимательской деятельности (Стартапы)	17
Заключение	19
Список использованных источников	20
Приложения	21
Приложение А	21
Приложение Б	22
Приложение В	23
Приложение Г	24

Введение

Моя производственная практика по ПМ.02 «Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли» проходила в салоне связи ПАО «МТС» по адресу: г. Владивосток, Партизанский проспект, д. 26, с 15 по 27 июня 2026 года.

Моя специальность «Торговое дело. Коммерция» готовит специалистов для работы в розничной и оптовой торговле. За время учёбы мы изучаем много предметов: товароведение, маркетинг, управление ассортиментом, организацию поставок, информационные технологии, а также предпринимательскую деятельность, бизнес-планирование, маркетинговые исследования и ценообразование. Всё это помогает понять, как устроена торговля изнутри.

Производственная практика — обязательная часть обучения. Она нужна, чтобы закрепить теорию и научиться работать в настоящем магазине, с живыми покупателями, кассой и документами. В отличие от учебной практики, здесь я работала почти как настоящий сотрудник, но под присмотром наставника. В этот раз я больше занималась анализом, договорами, маркетингом и предложением новых идей.

Целью практики было: изучить предприятие и правила безопасности, нарисовать схему организационной структуры, проанализировать торгово-коммерческую деятельность и клиентскую базу, участвовать в договорной работе и составить претензию, рассмотреть ассортиментную политику, оформить результаты закупок, провести торговые операции с покупателями, сделать опрос и учёт потока посетителей, а также разработать рекомендации по повышению эффективности работы салона.

Отчёт составлен мной по итогам производственной практики в рамках освоения специальности 38.02.08 «Торговое дело. Коммерция».

1 Характеристика деятельности предприятия и соблюдение норм безопасности

1.1 Характеристика базы практики (ПАО «МТС»)

Я проходила производственную практику в салоне связи ПАО «МТС», расположенном по адресу: г. Владивосток, Партизанский проспект, д. 26.

ПАО «МТС» — крупнейшая российская телекоммуникационная компания, предоставляющая услуги сотовой связи, домашнего интернета, кабельного телевидения, а также осуществляющая розничную продажу смартфонов, планшетов, прочей электроники и аксессуаров.

Салон представляет собой розничную торговую точку. Режим работы: ежедневно с 10:00 до 21:00 без обеда и выходных. Штат салона включает управляющего, старшего продавца-консультанта (2 человека), продавцов-кассиров (3 человека) и товароведа.

Моим руководителем практики от предприятия была Тупицына Анастасия Павловна. Она выдавала мне задания на каждый день, контролировала их выполнение, знакомила с внутренними документами и правилами, помогала разбираться в сложных вопросах и оценивала мою работу.

1.2 Соблюдение норм охраны труда и безопасности

В первый день практики (15 июня 2026 года) я освежила в памяти правила безопасности, которые изучала в предыдущую практику. Со мной были проведены инструктажи по охране труда, по электробезопасности, по пожарной безопасности и инструктаж по безопасной работе с контрольно-кассовой техникой. Инструктажи проводила руководитель практики Тупицына А.П.

Основные правила, которые я запомнила:

- а) по охране труда: в торговом зале нельзя бегать, нужно носить сменную обувь, женщинам нельзя поднимать вес тяжелее 10 кг, при травме сразу сообщать управляющему.
- б) по электробезопасности: нельзя трогать розетки мокрыми руками, выдёргивать вилку за шнур, включать много приборов в одну розетку.
- в) по пожарной безопасности: знать расположение огнетушителей (ОУ-5 в коридоре за подсобкой), план эвакуации на стене в служебной зоне, при пожаре звонить 101 или 112.
- г) по работе с ККТ: без разрешения кассу не открывать, провода не трогать, при зависании программы не выключать питание, а вызывать специалиста.

Правила внутреннего распорядка ПАО «МТС»: начало рабочего дня в 10:00, перерыв на обед 1 час по скользящему графику, дресс-код (фирменный жилет с логотипом МТС, бейдж с именем). Запрещено использовать личные телефоны в торговом зале, принимать пищу на рабочем месте, оставлять кассу без присмотра. После окончания смены каждый продавец обязан убрать своё рабочее место, выключить компьютер и сдать ключи.

1.3 Организация рабочего места и подготовка к работе оборудования

Моё рабочее место находилось за основной кассовой зоной салона. Рабочее место продавца-консультанта оснащено следующим оборудованием:

Таблица 1 – Оборудование и его подготовка к работе (с указанием названия и марки)

№	Наименование оборудования	Марка / Модель	Подготовка к работе
1	Компьютер (системный блок)	HP EliteDesk 800 G6	Включение, проверка загрузки ОС Windows 11
2	Монитор	Acer KA272 (27")	Включение, проверка изображения, протирка экрана
3	Онлайн-касса	АТОЛ 30Ф	Проверка фискального накопителя, печать нулевого чека
4	Терминал безналичной оплаты	PAX A920	Проверка связи с банком, зарядка аккумулятора
5	Сканер штрих-кодов	Honeywell Voyager 1202g	Проверка считывания, протирка оптики
6	Принтер чеков	АТОЛ 60Ф	Заправка чековой ленты, проверка печати
7	Денежный ящик	АТОЛ FPrint-02	Наличие разменной монеты и купюр

Подготовка к работе осуществлялась ежедневно за 10 минут до открытия. Я включала компьютер, запускала программу «1С: Розница», проверяла связь с сервером, делала нулевой чек на онлайн-кассе, проверяла наличие сдачи в денежном ящике, протирала витрины и демонстрационные образцы. После закрытия салона в 21:00 я выключала компьютер, закрывала программу, сдавала выручку, протирала рабочую поверхность.

2 Организационная структура торгового предприятия

Я изучила, как устроено управление в салоне МТС, и составила схему организационной структуры. В салоне используется линейная структура управления — это самая простая и понятная схема, где каждый сотрудник знает, кому он подчиняется.

2.1 Схема организационной структуры салона ПАО «МТС»

Полная схема с подписями приведена в Приложении А.

2.2 Описание структуры

- а) управляющий салоном — руководит всем салоном. Принимает решения по закупкам, найму сотрудников, контролирует выполнение планов продаж, отвечает за соблюдение правил и безопасности.
- б) старшие продавцы (2 человека) — помогают управляющему, следят за работой продавцов-кассиров, помогают в сложных ситуациях с покупателями, контролируют выкладку товаров.
- в) товаровед — занимается приёмкой товаров, проверкой документов, следит за остатками на складе, общается с поставщиками.
- г) продавцы-кассиры (4 человека) — работают с покупателями: консультируют, продают товары, оформляют возвраты, подключают услуги, работают на кассе.

Такая структура называется линейной. Её плюсы: простота, каждый знает своего начальника, быстрое принятие решений. Минус: управляющий может быть перегружен, потому что много подчинённых.

3 Анализ торгово-коммерческой деятельности и клиентской базы

3.1 Как устроена торгово-коммерческая деятельность в МТС

Торгово-коммерческая деятельность — это всё, что связано с куплей-продажей товаров и услуг. В салоне МТС она включает несколько этапов:

- а) закупка товаров — салон заказывает смартфоны, планшеты, аксессуары у официальных поставщиков (Apple, Samsung, Xiaomi, Мегаполис и др.).
- б) приёмка и хранение — товары проверяют по количеству и качеству, потом хранят на складе или выкладывают в зал.
- в) продажа — консультанты помогают покупателям выбрать товар, затем оформляют продажу на кассе.
- г) обслуживание абонентов — смена тарифа, подключение и отключение услуг, замена SIM-карты, помощь с настройками.
- д) дополнительные услуги — страхование, настройка телефонов, Trade-in, подписка «МТС Premium».
- е) послепродажное обслуживание — возврат товара, гарантийный ремонт, консультации.

3.2 Клиентская база и сбор данных о потребностях

В салоне МТС ведётся клиентская база в программе «CRM МТС Бизнес». Там хранятся данные об абонентах: номера телефонов, тарифы, история платежей, подключённые услуги. Это помогает продавцам предлагать подходящие услуги.

Как собирают информацию о потребностях покупателей:

- а) при личном общении — продавцы всегда спрашивают: «Какой телефон ищете?», «Для каких задач?», «Какой бюджет?».
- б) через анкеты — иногда просят заполнить короткую анкету о качестве обслуживания.
- в) по статистике продаж — в программе «1С: Розница» видно, какие товары покупают чаще, какие — реже.
- г) через мобильное приложение МТС — там видны запросы и предпочтения абонентов.
- д) анализ конкурентов — я сравнила цены на смартфоны в МТС, Билайне, МегаФоне, DNS и на маркетплейсах (Ozon, Wildberries). Результаты свела в таблицу.

Таблица 2 — Сравнение цен на популярные смартфоны (на июнь 2026 года)

Модель	МТС	Билайн	МегаФон	DNS	Ozon
iPhone 17 Pro 128GB	99 990 руб.	102 990 руб.	101 490 руб.	98 990 руб.	97 990 руб.
Samsung Galaxy S26 256GB	89 990 руб.	91 990 руб.	90 490 руб.	88 990 руб.	87 990 руб.
Xiaomi 15 Pro	49 990 руб.	51 990 руб.	50 990 руб.	48 990 руб.	47 990 руб.

Вывод: МТС не всегда самый дешёвый, но у него есть рассрочка (платишь частями без процентов) и бонусы для своих абонентов. Это сильно привлекает покупателей, которые не могут заплатить всю сумму сразу.

4 Договорная работа с поставщиками и претензионная работа

4.1 Участие в договорной работе

Во время практики я помогала проверять документы поставщиков. В этот раз я работала с документами ООО «Мегаполис» (поставщик аксессуаров). Я проверила:

- а) ОГРН (основной государственный регистрационный номер) — проверила на сайте ФНС, номер действует, фирма существует.
 - б) ИНН (индивидуальный номер налогоплательщика) — совпадает с названием фирмы.
 - в) устав — прочитала раздел о видах деятельности: там написано, что фирма имеет право заниматься оптовой торговлей.
 - г) выписку из ЕГРЮЛ (Единый государственный реестр юридических лиц) — дата выписки свежая (не старше 30 дней), значит, информация актуальная.
 - д) сертификаты соответствия на аксессуары — сроки действия не истекли.
- Все документы оформлены правильно. Поставщик признан добросовестным. Это зна-

чит, что с ним можно безопасно заключать договор.

Какие пункты я изучила в типовом договоре поставки:

- а) предмет договора — что именно поставляет поставщик.
- б) цена и порядок расчётов — как и когда платить.
- в) сроки и порядок поставки — когда привезут и кто доставляет.
- г) приёмка товара — как проверять товар и что делать, если что-то не так.
- д) ответственность сторон — штрафы за опоздание или брак.
- е) срок действия договора.
- ж) реквизиты и подписи сторон.

4.2 Ответственность за нарушение условий поставки

В договорах МТС с поставщиками прописана ответственность:

- а) за просрочку поставки — поставщик платит 0,1% от стоимости непоставленного товара за каждый день опоздания.
- б) за недопоставку — поставщик обязан допоставить товар или вернуть деньги.
- в) за поставку бракованного товара — поставщик заменяет товар за свой счёт в течение 5 рабочих дней.

4.3 Претензионная работа (оформление претензии)

Я научилась оформлять претензию к поставщику. Претензия — это официальное письменное требование к контрагенту устранить нарушение (например, допоставить товар, заплатить штраф, заменить брак). Претензия составляется в двух экземплярах (один — поставщику, второй остаётся у нас). Отправляется заказным письмом с уведомлением или вручается лично под подпись.

Я составила образец претензии к ООО «Мегаполис» за просрочку поставки. Полный текст претензии приведён в Приложении Б.

Что я указала в претензии:

- а) кому — директору ООО «Мегаполис» Смирнову Д.А.
- б) от кого — ПАО «МТС», салон на Партизанском проспекте, 26.
- в) какой договор нарушен — договор поставки № 45/МТС/2026 от 04.06.2026.
- г) в чём нарушение — поставщик опоздал с поставкой товара на 5 дней (срок был до 06.06.2026, фактически товар пришёл 11.06.2026).
- д) расчёт неустойки — сумма товара 39 600 руб. $\times 0,1\% \times 5$ дней = 198 руб.
- е) требование — оплатить неустойку в размере 198 руб. в течение 10 дней.
- ж) предупреждение — если не оплатите, обратимся в суд.

Претензия — это досудебный порядок урегулирования спора. Если поставщик не отвечает или отказывается платить, только тогда можно идти в суд. Но обычно поставщики платят, чтобы не портить отношения.

5 Ассортиментная политика торгового предприятия

5.1 Что такое ассортиментная политика

Ассортиментная политика — это то, как предприятие решает, какие товары продавать, в каком количестве и по каким ценам. Хорошая ассортиментная политика помогает привлечь покупателей и увеличить прибыль.

5.2 Ассортимент салона ПАО «МТС»

Я изучила, какие товары продаются в салоне МТС, и сгруппировала их в таблицу.

Таблица 3 — Ассортимент салона ПАО «МТС»

№	Группа товаров	Примеры	Доля в продажах (приблизительно)
1	Смартфоны	iPhone, Samsung Galaxy, Xiaomi, Honor, Tecno, Realme	60%
2	Аксессуары	чехлы, защитные стёкла, кабели, зарядные устройства	15%
3	Носимая электроника	смарт-часы, фитнес-браслеты	10%
4	Наушники и колонки	JBL, Apple AirPods, Samsung Buds, Xiaomi	8%
5	Планшеты	iPad, Samsung Tab, Huawei	5%
6	Карты памяти и флешки	Transcend, Kingston, Samsung	2%

5.3 Как формируется ассортимент

Ассортимент в МТС формируется по нескольким принципам:

- спрос покупателей — продаются самые популярные модели, которые хорошо расходятся.
- новинки — как только выходит новый iPhone или Samsung, он сразу появляется на витрине.
- устаревшие модели — если модель перестала пользоваться спросом, её убирают с витрины или продают со скидкой.
- сезонность — например, перед учебным годом больше планшетов и ноутбуков, перед Новым годом — наушников и часов.
- аксессуары — закупают под самые ходовые модели телефонов.

Вывод: ассортимент МТС широкий и сбалансированный. Основной упор делается на смартфоны (60% продаж), но аксессуары и наушники тоже занимают важное место. Это

правильно, потому что покупатели чаще всего приходят именно за телефоном, а потом «заодно» покупают чехол или наушники.

6 Оформление результатов торгово-хозяйственной деятельности

6.1 Что такое результаты торгово-хозяйственной деятельности

После того как товар пришёл от поставщика, его нужно правильно оформить в документах и учесть в программе. Это называется оформление результатов закупки. Если этого не сделать, товар «зависнет» в базе, и продать его будет нельзя.

6.2 Порядок оформления результатов закупки

Я участвовала в этом процессе на практике. Вот пошаговая инструкция:

- а) проверка товара по количеству — сверка с товарно-транспортной накладной (форма ТОРГ-12). Если всё сходится — товар принимается. Если нет — составляется акт о расхождении.
- б) проверка товара по качеству — осмотр на наличие брака. Если брака нет — ставим отметку в документах.
- в) оформление приходной накладной — в программе «1С: Розница» создаётся документ о приходе товара. Я сама пробовала это делать.
- г) внесение товара в базу — товар появляется в остатках на складе. Теперь его можно найти по штрих-коду или названию.
- д) назначение розничной цены — цена обычно уже указана в спецификации к договору. Её нужно проверить и при необходимости скорректировать.
- е) выкладка на витрину — товар получает ценник и отправляется в торговый зал.

6.3 Работа в программе «1С: Розница»

Я научилась делать следующее в 1С:

- а) искать товар — по названию или по штрих-коду.
- б) проверять остатки — видно, сколько товара на складе и в зале.
- в) оформлять приходную накладную — выбираю поставщика, указываю дату, количество товара, цену. Программа сама считает сумму.
- г) проверять, что товар появился в остатках — после сохранения накладной товар становится доступен для продажи.

Пример: Я оформила приходную накладную на партию чехлов для iPhone 15 Pro (30 штук по 450 руб.). После этого в остатках стало +30 чехлов. Продавцы могли их пробивать на кассе.

7 Проведение торговых операций с потребителями

7.1 Какие торговые операции я проводила

Я продолжала работать на кассе и помогала покупателям. За эту практику я провела несколько видов торговых операций:

- а) продажа смартфона — покупатель выбрал Samsung Galaxy A56. Я проверила остатки в 1С, нашла телефон на складе, принесла его, оформила продажу на кассе (пробила чек, приняла оплату картой), упаковала товар в пакет и отдала покупателю.
- б) продажа аксессуаров — несколько раз продавала чехлы, защитные стёкла и кабели. Оформляла по одному товару и в наборе (например, телефон + чехол + стекло).
- в) оформление услуги — подключила абоненту новую SIM-карту и тариф «Мой разговор». Взяла паспорт, внесла данные в CRM, выбрала тариф, активировала SIM-карту.
- г) приём оплаты разными способами — наличными, банковской картой, через СБП (покупатель сканировал QR-код на экране терминала и подтверждал оплату в приложении банка).
- д) возврат товара — покупатель принёс чехол, который не подошёл по размеру (в течение 14 дней, с чеком и заводской упаковкой). Я оформила возврат: нашла чек в системе, удалила позицию, вернула деньги на карту.

7.2 Что я научилась делать хорошо

- а) быстро пробивать товары — сканирую штрих-код, проверяю сумму, принимаю оплату.
- б) вежливо общаться с покупателями — всегда улыбаюсь, говорю «здравствуйте» и «до свидания», объясняю, если что-то непонятно.
- в) оформлять возврат без ошибок — проверяю чек, упаковку, заполняю акт.

Все операции я проводила под контролем старшего продавца. Ошибок не было.

8 Маркетинговые мероприятия для привлечения клиентов

8.1 Что такое маркетинговые мероприятия

Маркетинговые мероприятия — это действия, направленные на привлечение новых клиентов и удержание старых. Это могут быть акции, скидки, опросы, дегустации (в продуктовых магазинах), конкурсы и т.д.

В салоне МТС я участвовала в двух видах маркетинговых мероприятий: анкетирование покупателей и учёт потока покупателей.

8.2 Анкетирование покупателей (опрос)

Я провела небольшой опрос среди покупателей салона. Всего опросила 15 человек (разного возраста, мужчины и женщины). Анкета была короткой — 6 вопросов. Полный текст анкеты — в Приложении В.

Вопросы и результаты (кратко):

- а) как часто вы покупаете в МТС? — 8 человек сказали «раз в полгода», 5 — «впервые», 2 — «раз в месяц».
- б) что вам нравится в салоне? (можно было выбрать несколько) — 12 человек отметили «вежливый персонал», 10 — «удобное расположение», 5 — «широкий выбор», 3 — «цены».
- в) что можно улучшить? — 4 человека сказали «цены», 3 — «скорость обслуживания», остальные ничего не написали.
- г) знаете ли вы о программе лояльности МТС (бонусы для абонентов)? — 9 человек сказали «нет», 6 — «да».
- д) что для вас важнее всего при покупке телефона? — 7 человек сказали «цена», 5 — «рассрочка», 3 — «бренд», 0 — «консультация».
- е) где вы обычно покупаете телефоны? — 8 — в МТС, 4 — в DNS, 2 — в М.Видео, 1 — в Билайне.

Выводы по опросу:

- а) большинство покупателей — постоянные, им нравится вежливый персонал и удобное расположение.
- б) многие не знают о программе лояльности — это минус. Нужно чаще напоминать.
- в) для покупателей важнее всего цена и рассрочка. Бренд и консультация важны, но меньше.
- г) половина опрошенных покупает телефоны не в МТС, а у конкурентов (DNS, М.Видео). Значит, нужно работать над привлечением.

Мои рекомендации по итогам опроса:

- а) сделать плакат у входа с информацией о программе лояльности.
- б) при входе говорить: «У вас есть бонусы МТС? Можете оплатить ими часть покупки».
- в) в часы пик (вечером) увеличивать число продавцов на смене.

8.3 Учёт потока покупателей

Я считала, сколько человек заходит в салон за час. Делала это в разное время дня в течение нескольких дней.

Таблица 4 — Учёт потока покупателей (средние значения)

Время	Количество человек в час
10:00 – 11:00	15
11:00 – 12:00	25
12:00 – 13:00	30
13:00 – 14:00	35
14:00 – 15:00	40
15:00 – 16:00	35
16:00 – 17:00	30
17:00 – 18:00	45
18:00 – 19:00	55
19:00 – 20:00	40
20:00 – 21:00	25

График потока покупателей приведён в Приложении Г.

Выводы:

- а) пик посещаемости — вечером, с 18:00 до 19:00 (55 человек в час). В это время в салоне может быть очередь.
- б) утром и поздно вечером людей мало (15–25 человек).
- в) рекомендация: в вечерние часы (17:00–20:00) ставить на смену больше продавцов, чтобы не было очередей. А в утренние часы можно проводить инвентаризацию или обучение.

9 Рекомендации по повышению эффективности предпринимательской деятельности (Стартапы)

9.1 Что такое стартап

Стартап — это новая бизнес-идея, которая может принести прибыль. Чаще всего стартапы связаны с технологиями, но бывают и простые идеи. Я подумала: что можно улучшить в работе салона МТС? И придумала три стартап-идеи.

9.2 Проблемы, которые я заметила

- а) не все покупатели знают о дополнительных услугах (страхование, подписка, Trade-in).
- б) в часы пик не хватает продавцов, из-за этого очереди и усталость персонала.
- в) нет напоминаний о бонусах и акциях — покупатели уходят и тратят бонусы в других магазинах.

9.3 Мои стартап-идеи

Идея №1. «Умная очередь»

Суть: поставить в салоне терминал (или планшет на стойке), где покупатель берёт талончик с номером очереди. Пока ждёт, на экране показывают короткие видео об акциях и дополнительных услугах. Когда подходит очередь, на экране загорается номер и загорается лампочка.

Плюсы: люди не толпятся у кассы, нет споров «кто за кем». За время ожидания покупатель узнаёт об услугах. Можно увеличить продажи доп.услуг на 10–15%.

Затраты: терминал стоит около 30 000 руб., но он быстро окупится.

Идея №2. «Бонусная викторина»

Суть: при входе в салон покупатель видит плакат с QR-кодом. Он сканирует код, отвечает на 3 простых вопроса об услугах МТС. За правильные ответы получает небольшой бонус — скидку 100 руб. на аксессуар или бесплатную настройку телефона.

Плюсы: покупатель узнаёт об услугах (повышается лояльность), получает приятный бонус, с большей вероятностью что-то купит. Затраты — минимальные (печать плаката + не много времени на настройку).

Идея №3. «Вечерний экспресс-консультант»

Суть: в часы пик (17:00–20:00) выделить одного сотрудника, который только консультирует (не работает на кассе). Он отвечает на вопросы, помогает выбрать телефон,

показывает аксессуары, подключает услуги. Покупатель не ждёт, пока освободится касса. А когда приходит время оплаты, его отправляют к кассиру.

Плюсы: скорость обслуживания растёт, покупатели не уходят из-за очереди. Кассиры спокойно работают без отвлечений. Затраты — нулевые (просто перераспределение обязанностей).

9.4 Вывод по стартапам

Все три идеи не требуют больших вложений, но могут заметно повысить продажи и улучшить впечатление покупателей. Самой простой в реализации я считаю «Вечернего экспресс-консультанта» — можно попробовать уже завтра. Остальные идеи требуют небольшой подготовки, но тоже стоят того.

Заключение

За 72 часа производственной практики (с 15 по 27 июня 2026 года) я полностью выполнила все виды работ, предусмотренные индивидуальным заданием по ПМ.02.

Я выполнила следующие виды работ:

- а) охарактеризовала деятельность предприятия ПАО «МТС», прошла инструктажи по охране труда, электробезопасности, пожарной безопасности, технике безопасности при работе с оборудованием, изучила правила внутреннего распорядка;
- б) схематично отобразила организационную структуру салона МТС (линейная структура, управляющий — старшие продавцы — товаровед — продавцы-кассиры);
- в) проанализировала торгово-коммерческую деятельность (закупка, приёмка, продажа, обслуживание), клиентскую базу (CRM), цены конкурентов (сравнила с Билайном, МегаФоном, DNS, Ozon), сделала вывод о преимуществах МТС (рассрочка, бонусы);
- г) приняла участие в договорной работе с поставщиком ООО «Мегаполис» (проверила ОГРН, ИНН, устав, выписку, сертификаты), изучила ответственность за нарушение условий поставки (неустойка 0,1% за просрочку), составила образец претензии (Приложение Б);
- д) рассмотрела ассортиментную политику (смартфоны — 60%, аксессуары — 15%, наушники — 8%, планшеты — 5% и т.д.), узнала, как формируется ассортимент (спрос, новинки, сезонность);
- е) оформила результаты торгово-хозяйственной деятельности (приходная накладная в 1С, внесение товара в остатки, назначение цены);
- ж) провела торговые операции с потребителями (продажа смартфона, аксессуаров, подключение услуги, приём оплаты разными способами, возврат товара);
- з) провела маркетинговые мероприятия: опрос покупателей (15 человек, выявила, что многие не знают о программе лояльности, важнее всего цена и рассрочка) и учёт потока покупателей (пик посещаемости — 18:00–19:00, 55 чел./час);
- и) разработала три стартап-идеи для повышения эффективности работы салона: «Умная очередь», «Бонусная викторина», «Вечерний экспресс-консультант».

Все полученные навыки пригодятся мне в дальнейшем обучении и в профессиональной деятельности. Нарушений трудовой дисциплины и техники безопасности не допущено.

Список использованных источников

- а) Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023). — Москва: Юрайт, 2024. — 312 с. (Глава 30 «Купля-продажа», ст. 506–524).
- б) Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ (ред. от 29.12.2022). — Москва: Норма, 2023. — 48 с.
- в) Правила продажи товаров по договору розничной купли-продажи: постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (ред. от 06.10.2021). — Москва: ИНФРА-М, 2022. — 64 с.
- г) СК-СТО-ТР-04-1.005-2015. Требования к оформлению текстовой части выпускных квалификационных работ, курсовых работ, отчётов по практикам. — Введ. 29.01.2015. — Владивосток: ВГУЭС, 2015. — 46 с.
- д) Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент: учебник для СПО / В.С. Паршина, Н.И. Сорокина, Е.А. Козлова; под ред. В.С. Паршиной. — 4-е изд. — Москва: ИНФРА-М, 2024. — 412 с.
- е) Официальный сайт ПАО «МТС» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.mts.ru> (дата обращения: 20.06.2026).

Приложения

Приложение А

Управляющий салоном

Старший продавец
(1 чел.)

Старший продавец
(2 чел.)

Товаровед
(1 чел.)

Продавец-кассир
(1 чел.)

Продавец-кассир
(3 чел.)

Приложение Б

ПРЕТЕНЗИЯ

Кому: Генеральному директору ООО «Мегаполис» Смирнову Д.А.

Адрес: г. Владивосток, ул. Бородинская, 18

От: ПАО «МТС», салон на Партизанском пр-кте, 26

Адрес: г. Владивосток, Партизанский проспект, 26

О нарушении сроков поставки по договору № 45/МТС/2026 от 04.06.2026

Уважаемый Дмитрий Алексеевич!

Согласно договору поставки № 45/МТС/2026 от 04.06.2026, вы должны были поставить товар (аксессуары для мобильных устройств) в срок до 06.06.2026. Однако по состоянию на 11.06.2026 товар не поставлен. Просрочка составила 5 дней.

В соответствии с п. 5.1 договора за каждый день просрочки поставщик уплачивает неустойку в размере 0,1% от стоимости непоставленного товара. Стоимость товара по спецификации — 39 600 руб.

Расчёт неустойки: $39\,600 \text{ руб.} \times 0,1\% \times 5 \text{ дней} = 198 \text{ руб.}$

Требуем:

1. Поставить товар в течение 3 рабочих дней.
2. Уплатить неустойку в размере 198 руб. путём перечисления на наш расчётный счёт.

Если требования не будут выполнены, мы будем вынуждены обратиться в суд.

Приложение: копия договора № 45/МТС/2026, копия спецификации № 1.

Управляющая салоном _____ / Тупицына А.П. /
М.П.

Дата: 11.06.2026

Приложение В

Анкета для покупателей салона ПАО «МТС»

Уважаемый покупатель! Пожалуйста, ответьте на вопросы. Анкета анонимная.

1. **Как часто вы покупаете в МТС?**
☐ Впервые ☐ Раз в месяц ☐ Раз в полгода ☐ Реже
2. **Что вам нравится в нашем салоне? (можно выбрать несколько)**
☐ Ассортимент ☐ Цены ☐ Вежливый персонал ☐ Удобное расположение
3. **Что можно улучшить?**

-
4. **Знаете ли вы о программе лояльности МТС (бонусы для абонентов)?**
☐ Да ☐ Нет

5. **Что для вас важнее всего при покупке телефона? (один ответ)**
☐ Цена ☐ Рассрочка ☐ Бренд ☐ Консультация продавца

6. **Где вы обычно покупаете телефоны?**
☐ МТС ☐ DNS ☐ М.Видео ☐ Билайн ☐ МегаФон ☐ Ozon/Wildberries

Спасибо!

Приложение Г



МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»
Колледж сервиса и дизайна

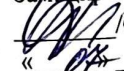
СОГЛАСОВАНО

Председатель ЦМК

 /Э.А. Береговенко/
«05» 05 2026г

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УПР

 /О.В. Дубровина/
«05» 05 2026г

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)**

Студентка Ларина Ирина Владимировна
обучающаяся на 1 курсе, по специальности 38.02.08 Торговое дело. Коммерция.
по ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
в объеме 72 часов
в период с «15» июня 2026г. по «27» июня 2026 г.
в организации ПАО "МТС" г. Владивосток. Партизанский пр-кт, 26

Виды и объем работ в период производственной практики:

№ п/п	Виды работ	Кол- во часов
	ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли	72
1.	Охарактеризовать деятельность предприятия (мероприятия по соблюдению норм по охране труда, электро и пожарной безопасности, техники безопасности при работе с оборудованием с указанием названия и марки, правил внутреннего распорядка в процессе прохождения производственной практики)	6
2.	Схематично отобразить организационную структуру торгового предприятия	6
3.	Проанализировать организацию торгово-коммерческой деятельности предприятия, предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги (клиентская база)	12
4.	Принять участие в договорной работе с поставщиками товаров. Определить ответственность за нарушение условий поставки. Претензионная работа (оформление претензии)	12
5.	Рассмотреть ассортиментную политику торгового предприятия	6
6.	Порядок оформления результатов торгово-хозяйственной деятельности и выведение итогов (обработка результатов закупки)	6
7.	Принять участие в проведении торговых операций с потребителями	6
8.	Провести маркетинговые мероприятия, направленных на лояльность и привлечения клиентов на данном предприятии (опрос, дегустация, статистика учёта потока покупателей)	12
9.	Разработка рекомендаций по повышению эффективности предпринимательской деятельности в торговом предприятии (Стартапы)	6
По окончании практики студент оформляет и предоставляет руководителю практики следующую документацию: Дневник о прохождении производственной практики Отчет о прохождении производственной практики Аттестационный лист, характеристика, анкета оформляются руководителем практики от предприятия/организации, подписывается и заверяется печатью.		

Дата выдачи задания «13» июня 2026 г.

Срок сдачи отчета по практике «27» июня 2026 г.

Руководитель практики от ОУ  /О.В. Мясникова./

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»
Колледж сервиса и дизайна

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ

Студентка Ларина Ирина Владимировна
обучающаяся на 1 курсе, группа СПТД-25-КМ-1 по специальности 38.02.08 Торговое дело. Коммерция.
успешно прошла производственную практику (по профилю специальности)
по ПМ.02 Организация и осуществление предпринимательской деятельности в сфере торговли
в объеме 72 часов
в период с «15» июня 2026г. по «27» июня 2026 г.
в организации ПАО "МТС" г. Владивосток. Партизанский пр-кт, 26

Виды и качество выполнения работ в период прохождения производственной практики

Код и формулировка формируемых профессиональных компетенций	Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики в рамках овладения компетенциями	Качество выполнения работ (отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно)
ПК 2.1 Осуществлять кодирование товаров, в том числе с применением цифровых технологий	Проанализировать порядок оформления результатов торгово-хозяйственной деятельности и выведение итогов (обработка результатов закупки)	5 (отм.)
ПК 2.2 Идентифицировать ассортиментную принадлежность потребительских товаров	Рассмотреть ассортиментную политику торгового предприятия	5 (отм.)
ПК 2.3 Создавать условия для сохранности количественных и качественных характеристик товара на разных этапах товародвижения товаров	Принять участие в проведении торговых операций с потребителями. Порядок оформления результатов торгово-хозяйственной деятельности	5 (отм.)
ПК 2.4 Выполнять операции по оценке качества и организации экспертизы потребительских товаров	Принять участие в проведении торговых операций с потребителями	5 (отм.)
ПК 2.5 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	Проанализировать организацию торгово-коммерческой деятельности предприятия, предварительный сбор данных о потребностях, ценах на товары, работы, услуги (клиентская база)	5 (отм.)
ПК 2.6 Рассчитывать показатели эффективности предпринимательской деятельности, в том числе с применением программных продуктов	Провести маркетинговые мероприятия, направленных на лояльность и привлечения клиентов на данном предприятии (опрос, дегустация, статистика учёта потока покупателей)	5 (отм.)
ПК 2.7 Определять мероприятия по повышению эффективности предпринимательской деятельности	Разработать рекомендаций по повышению эффективности предпринимательской деятельности в торговом предприятии (Стартапы)	5 (отм.)
ПК 2.8 Собирать информацию о бизнес-проблемах и определять риски предпринимательской единицы	Определить ответственность за нарушение условий поставки. Претензионная работа (оформление претензии)	5 (отм.)

Заключение об уровне освоения обучающимися профессиональных компетенций:

освоены на базовом уровне

Дата «27» июня 2026 г.

Оценка за практику

Руководитель практики от предприятия



[Signature]
подпись

Мулицына А.П.
Ф.И.О.

О прохождении производственной практики (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

ШОМЯ 20 26 года