МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Владивостокский государственный университет»
Колледж сервиса и дизайна

ОТЧЕТ

ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

(по профилю специальности)

Специальность: 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

ПМ.01 Управление ассортиментом товаров

Период с «04» июня по «10» июня 2024 года

Студентка группы _____ /М.О. Контарева/

Организация: ООО «Чудодей Владивосток» г. Владивосток

Руководитель практики _____ / А.В. Павелко /

Отчет защищен:
с оценкой 5 (отл.)

Владивосток 2024

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

СОГЛАСОВАНО
Председатель ЦМК
_____/А.В.Павелко /
«_03_» _____04_____2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Зам. директора по УПР
_____/О.В.Дубровина/
«_____» _____ 2024 г.

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(по профилю специальности)

Студент (ка) Контарева Милана Олеговна
обучающийся (аяся) на _2_ курсе, группа СОТВ-22-1,
по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
в объеме 36 часов
в период с «04» июня 2024 г. по «10» июня 2024 г.
в организации ООО «Чудодей Владивосток» 690035, Владивосток, Окатовая, 28

Виды и объём работ в период производственной практики:

№ п/п	Виды работ	Кол-во часов
ПМ.01 Управление ассортиментом товаров 36ч. с 04.06.2024 по 10.06.2024		
1.	Соблюдать требования техники безопасности и охраны труда. Принять участие в обеспечении товародвижения на складе и в магазине, эксплуатации и обслуживании торгового оборудования, используемого на складе и при транспортировании, погрузке-разгрузке товаров.	6
2.	Ознакомиться с системой учета реализации и остатков товарных позиций с использованием современного торгового оборудования;	6
3.	Проанализировать размещение и выкладку товаров (на примере конкретной ассортиментной группы)	6
4.	Расшифровать значение товарных знаков (2-3 образца) на потребительских товарах, рассмотреть соответствие их установленным требованиям качества изготовления и безопасности для людей. Изучить наличие сертификатов на поступившие товары	6
5.	Рассчитать показатели ассортимента товара (широта, полнота и т.д.) по конкретной группе товаров (на выбор)	6
6.	Ознакомиться с методами формирования спроса и стимулирования сбыта товаров на предприятии. Разработать анкету для изучения покупательского спроса на какой-либо товар или услугу и выявить потребности покупателей в этом товаре	6

Дата выдачи задания «03» июня 2024 г.
Срок сдачи отчета по практике «10» июня 2024 г.
Руководители практики от ОУ _____/А.В.Павелко/

Содержание

Введение	2
1 Техника безопасности и охраны труда. Товародвижение	3
2 Система учёта реализации и остатков товарных позиций	7
3 Анализ размещения и выкладки товаров	11
4 Значение товарных знаков на потребительских товарах	15
5 Расчет показателей ассортимента товара	17
6 Методы формирования спроса. Анкета	20
Заключение	22
Список использованных источников	23
Приложение А	24

Введение

Я проходила производственную практику по направлению ПМ.01 «Управление ассортиментом товаров». Продолжительность практики с 4 июня по 10 июня 2024 года. За этот период были собраны теоретические и практические знания об организации работ в подразделении предприятия.



Рисунок 1 – Торговое предприятие ООО «Чудодей Владивосток»

Предприятие, где я проходила учебную практику расположено по адресу 690035, Приморский край, г. Владивосток, Первомайский район, ул. Окатовая 28. Основной вид деятельности – предоставление услуг, продажа косметических товаров.

Магазины "Чудодей" — это современный формат магазинов косметики, парфюмерии, бытовой химии и товаров для дома.

Исходя из поставленной цели необходимо решить следующие задачи: принять участие в обеспечении товародвижения на складе и в предприятии; ознакомится с системой учета реализации и остатков товарных позиций; проанализировать размещение и выкладку товаров; расшифровать значение товарных знаков на потребительских товарах; рассчитать показатели ассортимента товара; ознакомится с методами формирования спроса и стимулирования сбыта товаров на предприятии.

1 Техника безопасности и охраны труда. Товародвижение

В соответствии со ст. 225 ТК РФ, все работники обязаны проходить обучение по ОТ и проверку знаний. Обучение для рядовых работников проводится в виде инструктажей.

Условия проведения, перечень существующих инструктажей по безопасности труда и их содержание перечислены в «Порядке обучения по ОТ…», утв. совместным Постановлением Минтруда и Минобразования РФ от 13.01.2003 № 1/29, а также ГОСТ 12.0.004–90 ССБТ. Как утверждает ст. 212, лица, не прошедшие обучение, стажировку (от 2 до 14 смен) и проверку знаний, к труду не допускаются.

Инструктаж работника на рабочем месте — это одна из обязанностей работодателя по отношению к сотрудникам, которая заключается в изложении основных правил и требований по способам и последовательности выполнения действий в трудовом производственном процессе. А проверка знаний в конце обучения закрепляет пройденный материал. В идеале обученный рабочий должен правильно использовать оборудование, не нарушать требования ОТ, исполнять правила ВТР.

Инструктаж включает в себя:

1. Сведение об организации, характерные особенности предприятия.
2. Основные положения законодательства об охране труда.
3. Общие правила поведения сотрудников на территории предприятия, в производственных, складских и прочих вспомогательных помещениях. Расположение основных цехов, служб, вспомогательных помещений.
4. Основные опасные и вредные производственные факторы, характерные для данного предприятия. Методы и средства предупреждения несчастных случаев и профессиональных заболеваний: средства коллективной защиты, сигнализация.
5. Основные требования производственной санитарии и личной гигиены.
6. Средства индивидуальной защиты. Порядок и нормы выдачи СИЗ, сроки носки.
7. Обстоятельства и причины отдельных характерных несчастных случаев, аварий, пожаров, происшедших на предприятии и других аналогичных производствах из-за нарушения требований безопасности.
8. Порядок расследования и оформления несчастных случаев и профессиональных заболеваний.
9. Пожарная безопасность. Способы и средства предотвращения пожаров, взрывов, аварий. Действия сотрудников при их возникновении.
10. Первая помощь пострадавшим. Действия сотрудников при возникновении несчастного случая на предприятии.

В соответствии со статьями 25 и 37 ФЗ от 21.12.1994 № 69-ФЗ (ред. от 29.07.2018), работодатели обязаны обучать своих рабочих мерам пожарной безопасности. Лиц, не прошедших такое обучение, к труду допускать нельзя.

Инструктаж по безопасности труда и пожарной безопасности знакомит рабочих: с правилами надлежащего содержания территории, зданий, помещений в них, включая эвакуационные пути, водопровод, системы пожарного оповещения, а также с процессом эвакуации людей; требованиями ПБ, основанными на специфике пожарной опасности технологических процессов в организации; мероприятиями по ПБ при эксплуатации оборудования, проведении пожароопасных работ; правилами использования открытого огня при огневых работах; обязанностями сотрудников при пожаре: правилами вызова пожарной охраны, применения средств пожаротушения и пожарной автоматики.

Товародвижение — процесс физического перемещения товара от производителя в места продажи или потребления (ГОСТ Р 51303–2013).

Товародвижение как фаза воспроизводства охватывает широкий круг явлений, хотя, обычно говоря о товародвижении, имеют в виду товародвижение произведенных продуктов, т.е. кому и каким образом они, в конечном счете, достаются и какая часть из них поступает в производительное, а какая - в личное потребление. Товародвижение продуктов определяется производством, в полной мере зависит от него, ибо товародвижение может осуществляться с тем, что уже произведено. Товародвижение активно воздействует на производство, может способствовать его росту или, наоборот, тормозить его, а также изменять соотношение между производительным и личным потреблением.

Для рациональной организации процесса товародвижения предприятие-изготовитель должно: выбрать орган сбыта; определить количество посредников; отобрать партнеров-посредников.

В последнее время роль товаропроизводителей в сбыте своей продукции значительно возросла, но, тем не менее, многие из них прибегают к услугам посредников.

В качестве посредников между изготовителями товаров и розничными торговыми предприятиями выступают юридические и физические лица, осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица: оптовые торговые предприятия, торгово-закупочные кооперативы, ассоциации; торговые агенты, брокеры.

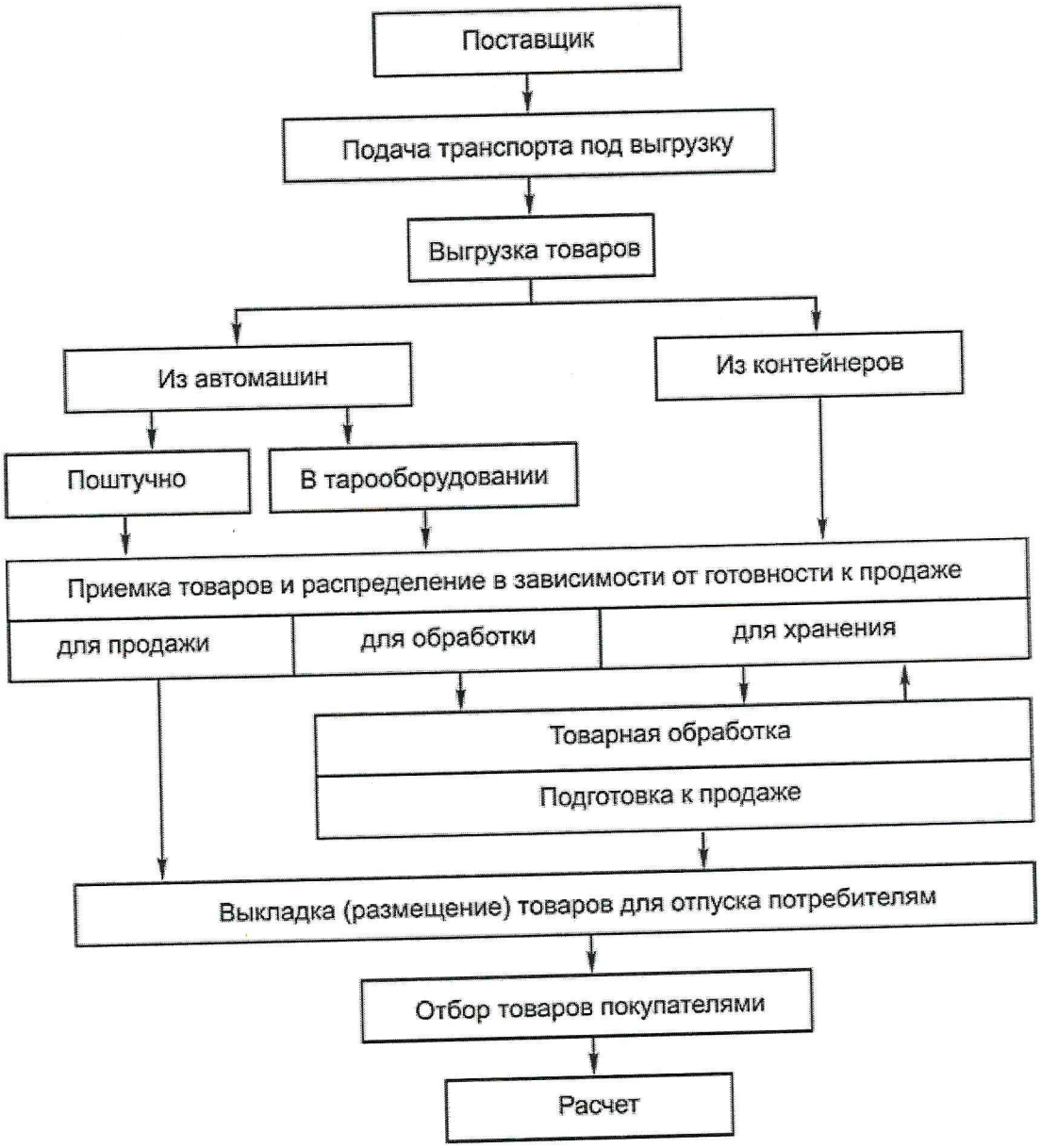


Рисунок 2 - Схема организации товародвижения в магазине

Транспортные средства, доставившие товары в магазин, должны быть без задержки приняты и разгружены. Разгрузку следует осуществлять с соблюдением общих правил выполнения погрузочно-разгрузочных работ. Товары, уложенные на поддоны, снимают с автомобиля электропогрузчиком. Авто-контейнеры разгружают с помощью гидрокрана, которым оборудован автомобиль. Колесные контейнеры (тарооборудование) сгружают с помощью средств, которыми оборудован автомобиль.

Поступившие в магазин товары доставляют в зону приемки. Приемка товаров является одной из важных операций торгово-технологического процесса магазина и должна проводиться лицами, на которых возложена материальная ответственность. Приемке и

оприходованию подлежат только доброкачественные товары, отвечающие требованиям стандартов и технических условий. Проверяют товары по качеству товароведы.

Товарная обработка– совокупность операций по подготовке товаров к реализации. Цель основных операций товарной обработки – придание привлекательного внешнего вида, а также удобных для потребителей количественных характеристик единичным экземплярам товаров для создания потребительских предпочтений.

Структура и последовательность товародвижения в магазине счёт удаления товаров низших градаций, а также придания привлекательного внешнего вида (например, удаление пыли и других поверхностных загрязнений).

Хранению присущи следующие операции: создание и поддержание оптимальных условий хранения, соблюдение установленных сроков (годности, хранения, перевозки), контроль за условиями и сроками хранения, приемка по количеству и качеству при разгрузке, а также размещение на хранение и отпуск со склада, обеспечение прослеживаемости товарных партий.

Эффективность работы магазина во многом зависит от правильного размещения и выкладки товаров в торговом зале, так как это способствует ускорению оборачиваемости, сокращению затрат труда в процессе реализации, экономии времени покупателей, повышению качества обслуживания.

При выкладке товаров необходимо умело сочетать их размеры, форму, вид, цвет упаковки и т. д. Выкладка товаров должна привлекать внимание покупателей, побуждать их к совершению покупки, украшать магазин.

На моем предприятии товародвижением занимаются поставщики, именно они предоставляют нам товар. С поставщиками предприятию, работать выгоднее, так как товар покупается оптом большими партиями. С нашей стороны мы должны произвести приемку товара по качеству или по количеству.

Системный подход к управлению товародвижением, базирующийся на принципе систематизации, означает, что каждая система является интегрированным целым, даже если она состоит из отдельных, разобщенных подсистем. Системный подход позволяет увидеть товар, его товароведные характеристики, процессы по обеспечению качества и количества как комплекс взаимосвязанных подсистем, объединенных общей целью, раскрыть его интегративные свойства, внутренние и внешние связи.

2 Система учёта реализации и остатков товарных позиций

Товарный учет — это отражение всех операций в торговле: закупок, хранения, реализации, перемещения, возврата и других.

Виды учета в магазине:

Оперативный учет позволяет контролировать работу магазина ежедневно. Он помогает следить за остатками, вовремя делать закупки товара, мониторить денежные средства.

Бухгалтерский учет в магазине — это упорядоченная система сбора информации о работе торговой точки, ее доходах, расходах и документальных операциях. Владелец видит рентабельность бизнеса, подсчитывает прибыль и убытки.

Складской учет позволяет контролировать товарные запасы, материалы и продукцию на складе. Он помогает вовремя обновлять ассортимент, избавляться от неликвидов и закупать только тот товар, на который есть спрос. Складской учет можно вести партионным и сортовым способами, а также применяя их комбинацию.

Как происходит товарный учет в розничном магазине пошагово:

В рознице вы работаете со штучным и весовым товарами, поэтому в товарном учете контролируются все действия, которые происходят во время товарооборота:

- поступление,
- перемещение,
- выбытие,
- остаток.

Для ведения бухгалтерской отчетности каждое действие подтверждается специальными документами: приходными и расходными ордерами, накладными, актами, ведомостями, кассовыми чеками. Только в этом случае бухгалтер составит отчет для налоговой, не вызывающий вопросов.

Способы ведения товароучета:

Учет вручную ведется в тетради или журнале. Используется суммовой метод. Записываются все денежно-товарные операции: приход, расход и выручка. При получении товаров считается сумма по цене реализации. От нее ежедневно вычитается выручка. Разница — это складской остаток. Его нужно сравнить с фактическим и определить недостачу.

Учет в Excel упрощает процессы расчета, но вносить данные вручную все равно надо, поэтому риск ошибок сохраняется. Он позволяет записывать наименование товаров, цену и количество. В конце определенного периода видно, что больше продается.

Автоматизированный учет подразумевает использование специальных сервисов. Современные предприниматели сегодня в основном выбирают этот способ. Вы всегда будете

видеть фактические остатки на складе, грамотно планировать закупки, следить за движением денег и товаров, а также легко проводить инвентаризации и контролировать сотрудников.

Методы учета товарных запасов:

Розничные магазины обычно ведут учет товарно-материальных запасов путем фактического пересчета и за счет записи сведений о производимых операциях в учетных регистрах. Есть три традиционных метода.

Инвентаризация — это полный пересчет всех имеющихся на складе и в магазине товаров. Наиболее точный, но и достаточно трудоемкий способ. Подробнее разобрали в статье.

Оперативный учет - не предполагает полного пересчета ТМЦ. Проверяется только количество упаковок, рулонов, ящиков и т.д.

Балансовый способ - основан на анализе и учете документов о приеме, перемещении и реализации. Он наименее точный, его результаты надо иногда проверять инвентаризацией.

Последовательность и шаги товарного учета:

Шаг 1. Учет поступления товаров

Товарно-материальные ценности или запасы (ТМЦ) — это сырье, которое используют для производства и товары, готовые к продаже.

Поступление ТМЦ сопровождаются товарными накладными от поставщиков с данными о поставщике, товаре, закупочной цене, сумме НДС. Розничные магазины, как правило, ведут товарный учет по отпускным ценам – он понятнее. Поэтому вы приходуете вновь поступивший товар, делаете торговую наценку, и всю информацию заносите в базу данных или записываете в тетрадь (в зависимости от способа учета).

Очень важно рассчитать правильную наценку, иначе будете торговать себе в убыток. Сумма наценки напрямую зависит от себестоимости ТМЦ, за которую многие предприниматели принимают закупочную цену.

Закупочная цена – это фактическая себестоимость товара. А себестоимость ТМЦ включает в себя закупочную цену плюс все затраты магазина на приобретение товара и работу магазина (логистика, арендная плата, зарплатный фонд, налоги и т. д.). Обязательно вычислить минимальную торговую наценку, которая окупит эти затраты.

Шаг 2. Учет на складе (перемещение товара)

После приемки поступивший товар не всегда сразу попадает на полки. Иногда он перемещается на хранение в складское помещение магазина. Здесь уже на сцену выходит складской учет. Важно зафиксировать, какой товар, в каком количестве и на какую сумму находится на складе.

При ручном способе учета вы записываете эти данные в специальную книгу складского учета, при автоматизированном – в складскую программу.

Шаг 3. Учет выбытия (продажи товаров и возвраты)

Выбытие подразумевает продажу, порчу или кражу (так образуется недостача), списание (просрочка) или возврат поставщику (проблемы с качеством).

В розничной торговле продажа товаров оформляется кассовым чеком или товарным чеком (выписывается при отсутствии кассы или дополнительно к кассовому чеку). Оформлением выручки за день занимается кассир. Каждый день в конце смены он составляет отчет кассира и вносит сумму выручки в приходно-кассовый ордер. По данным отчета ежедневно формируются бухгалтерские проводки, которые отражают объем выручки.

Шаг. 4 Учет остатков. В конце смены остатки подсчитываются, корректируются и фиксируются в тетради или программе.

Чтобы знать точные остатки, надо периодически проводить инвентаризацию, т. е. считать фактическое количество товаров и сравнивать его с данными учета. Причем при ручном способе учета из-за большой вероятности ошибок в подсчетах делать это лучше каждый день.

Если товаров окажется меньше — это недостача. Больше — излишки. Если общее количество верное, но одних товаров мало, а других слишком много — это пересортица. Списание недостачи оформляется специальными актами.

Предприятие, на котором я проходила производственную практику, использовало сортовой метод учета. Рассмотрим подробнее этот вариант.

При сортовом методе учета товары на складе хранятся по номенклатурным наименованиям. Продукция при очередной поставке распределяется таким образом, чтобы в каждой складской зоне была размещена только одна группа товара.

Правильно спланировать процесс приемки помогает программа складского учета товаров. Она позволяет быстро принять груз по штрих-кодам и распределить его в соответствующих зонах склада. Удобной функцией программы является адресное размещение продукции по ячейкам. При этом кладовщик получает четкие указания, куда поставить каждую упаковку продукции.

Сортовой учет на складе может вестись двумя способами:

1. количественно-стоимостным;
2. сальдовым.

При первом варианте на складе в книгах складского учета указываются лишь первичные приходные и расходные документы, а также содержащиеся в них количественные данные о товарах. Бухгалтерия же ведет отдельный учет по количеству продукции и отдельно

по её суммарной стоимости. В конце месяца каждое подразделение розничного магазина формирует свою оборотную ведомость, и данные этих документов сверяются.

Таким образом обеспечивается полный контроль как за количеством товаров, так и за их документальной суммарной стоимостью.

При сальдовом методе работники склада ведут учет товара только в натуральном выражении, а бухгалтерия – лишь в денежном. По итогам месяца складские документы передаются бухгалтерам, которые сверяют их со своей базой. Работники склада в конце отчетного периода формируют оборотную ведомость с указанием количественных оборотов, а бухгалтерия – с указанием денежных.

На практике оба метода могут перекликаться между собой и использоваться комбинированно. Детали конкретного способа учета ТМЦ могут быть закреплены внутренним приказом по торговой организации.

На предприятии, где я проходила практику используется сальдовый метод, что значительно упрощает процесс учёта. Бухгалтера и склад ведут свои учёты, а в конце месяца всё собирается вместе.



Рисунок 3 – Учет продаж в магазине

3 Анализ размещения и выкладки товаров

Выкладка товаров — это определенные способы укладки и демонстрации товаров в торговом нале. Эта услуга предназначена для демон-страции, облегчения поиска и выбора необходимых товаров, а также создания потребительских предпочтений.

Основополагающее правило выкладки — поиск нужного товара для покупателя должен быть в максимальной степени облегчен.

Основные принципы выкладки в торговом зале:

1. Принцип наглядности выкладки
2. Принцип системности выкладки (основан на установлении и применении порядка при расположении товаров на оборудовании; отражением данного принципа служит правило комплексности выкладки, или иначе, формирование товарных комплексов).
3. Принцип эффективности выкладки (достижение наилучших результатов при разумных затратах). Достигается за счет рационального использования оборудования и торговых площадей при соблюдении правил открытости обзора товаров, товарного соседства и полноты отражения имеющегося в магазине ассортимента, должны быть соблюдены требования эстетичности и безопасности выкладки. Признаками эффективной выкладки служат увеличение объема реализации товаров и снижение времени, затрачиваемого покупателем на поиск товара.
4. Принцип совместимости (способность товаров к совместному размещению без утраты потребительских свойств). Должно учитываться правило товарного соседства, так как выложенные товары не должны отрицательно влиять друг на друга. Необходимо учитывать эстетические требования (сочетаемость по цвету, форме, обеспечение гармоничности и целостности композиции).
5. Принцип достаточности выкладки (полное представление торгового ассортимента предприятия). Это не только представление всех наименований товаров, но и показ их в достаточном количестве. Это зависит от площади торгового зала и занимаемого полочного пространства, широты ассортимента и маркетинговых мероприятий по продвижению товаров.

Выкладка, может быть, следующих видов:

1. По товарным группам (шампуни, косметика, краска) Такой способ выкладки удобен для посетителей со средним уровнем дохода: не сходя с места, можно сравнить качество и цены. Этот способ особенно актуален для магазинов большого формата.
2. По производителям или по брендам. При такой организации вся продукция производителя выставляется целым блоком. Его еще называют корпоративным. Поставщики

при такой выкладке используют два приема:

- «стены замка». Он хорош, если необходимо акцентировать внимание покупателей на каком-то определенном товаре. Такой продукт располагают между двумя лидерами продаж, тем самым делая позицию сильнее.

- «крепкий орешек». Здесь акцент делается на лидера – «орешка», который располагают в центре блока, а по его обеим сторонам выставляют менее сильные позиции того же бренда, тем самым ослабляя конкурентов.

При такой выкладке представители бренда – мерчандайзеры – стремятся захватить часть площади конкурентов. А это в свою очередь может снизить продажи в целом.

3. Вертикальная выкладка. Такая выкладка самая удобная для покупателя. При ней товар разместят в вертикальные ряды по всей длине стеллажа. Это комфортно для покупателей любого роста, не нужно наклоняться или тянуться вверх, чтобы взять нужный товар, когда он прямо перед глазами. При этом ширина рядов не должна быть менее 40 см, иначе усилия пропадут даром – никто товар не заметит. И, еще один нюанс, наверх лучше ставить пачки что поменьше, а вниз – большие. Такова психология человеческого восприятия.

4. Горизонтальная выкладка. Она делается для того, чтобы не акцентировать внимание покупателя на одном продукте, а предоставить максимальный выбор. Так все товары находятся на одном уровне – на уровне глаз.

5. Дисплейная выкладка. Если вы видите отдельно стоящую фирменную стойку или стенд, то знайте – это дисплейная выкладка. При такой выкладке акцентируется внимание на определенных товарах, которые уже выставлены в торговом зале в основном месте продаж. Это не сложно понять: дисплей бросается в глаза, рядом с ним есть рекламные материалы, он выделен подсветкой и оформлением. Актуален он в основном для продажи сезонных товаров. Дело в том, что в современном мерчандайзинге не допустимо давать значительное преимущество только одному производителю. Необходимо удовлетворять запросы всех покупателей.

6. Палетная выкладка. Товар при этом расположен на специальном поддоне, часто в прозрачной упаковке. Важно, что в этом случае необходима табличка с ценой и информацией. Это, однозначно, привлекает внимание, подталкивает к совершению импульсных и целевых покупок. Именно таким образом можно распродать неходовой товар.

7. Выкладка товаров навалом. Такой вид часто используют при распродаже товара. Если вы видите, что в накопителе, в корзинке или в тележке находится только одни вид товара, а сверху есть надпись, скажем: «Наборы к 8 марта» - то однозначно, это выкладка навалом. Такая выкладка снижает статус, а значит, не применима к престижным товарам.

8. Многотоварная выкладка

При такой выкладке рядом размещаются товары, связанные между собой какой-то тематикой. Например: кофе и сливки, чай и печенье. Такой способ также повышает продажи.

На моем предприятии ООО «Чудодей» используется смешанно горизонтальная и вертикальная выкладка по товарным группам.



Рисунок 4 – Горизонтальная выкладка товара

На складах применяют два основных способа складирования: напольный (штабельный) и стеллажный.

При стеллажном способе хранения товары на поддонах, распакованные товары, а также товары в индивидуальной упаковке укладывают в ячейки стеллажей.

Напольный вид хранения является простейшей системой размещения грузов. Основным способом укладки является штабель - укладка грузовых пакетов или товарных упаковок друг на друга.

Штабельная укладка – это способ размещения грузов на складах в несколько рядов. Обычно организация хранения в штабель применима для однотипных товаров, не требующих специальных условий хранения. Укладка и хранение товаров в прямой зависимости от их габаритов и упаковки. Ящики, бочки, мешки и т.д.

Преимущества штабельной укладки товаров:

- дешевизна;
- простота учета и инвентаризации;
- максимальное использование высоты низких складов.

Недостатками же этого способа складирования являются:

- ограниченность размещаемого ассортимента;
- сложность использования техники при погрузочно-разгрузочных работах;
- невозможность достать товар из глубины;
- неэффективное использование площади складов с высокими потолками;
- сложность автоматизации склада.

Различают 4 основных варианта штабельной укладки товаров:

1. Прямая. Каждая упаковка товара в новом ряду кладется в том же направлении, что и предыдущая. Прямая укладка часто используется при размещении ящиков.
2. Перекрестная. Ящики в верхнем ряду укладываются перпендикулярно их расположению в нижнем ряду. Используется при разнородных габаритах упаковки одного и того же товара.
3. Обратная. Предполагает противоположное направление расположения грузов каждого нового ряда. Применяется при укладке мешков для повышения устойчивости штабеля.
4. Пирамидальная укладка. Является вариацией всех трех предыдущих. Предполагает сокращение площади укладки каждого последующего верхнего ряда. Повышает общую устойчивость штабеля.

Использование штабельной укладки целесообразно на небольших складах розничных магазинов и при избыточности складских площадей.

На предприятии ООО «Чудодей» используется в основном стеллажный способ хранения (реже штабельный) и горизонтальная выкладка товара. Это также облегчает его доступность сотрудникам и с легкостью можно отслеживать, когда товар заканчивается.

4 Значение товарных знаков на потребительских товарах

На упаковке каждого товара имеется информация. Она включает в себя подробное описание изделия, включая вес и состав, а также несколько символов. Они указывают на правила хранения и транспортировки продукции, от соблюдения которых зависит сохранение качества товара. Следует знать, что означают знаки на упаковке товара и расшифровка популярных маркировок.

Примером будет служить кондиционер для волос КераСис:



Рисунок 5 – Кондиционер для волос «Kerasys»

На упаковке указана следующая информация в виде текста:

1. Наименование продукции - Kerasys Oriental Premium Conditioner
2. Описание товара - Специально разработанная формула для всех типов волос, в том числе поврежденных и ослабленных. Волосы обретают жизненную силу, блеск и

эластичность. Оказывает солнцезащитное действие. Масло камелии укрепляет хрупкие и ломкие волосы, делает их шелковистыми по всей длине. Кератиновый комплекс питает и разглаживает поврежденный волос. Композиция из шести традиционных восточных трав (женьшень, жгун-корень, орхидея, ангелика, гранат, листья камелии) укрепляет корни волос и предотвращает преждевременное выпадение. Kerasys — это линия средств профессионального уровня для ухода за различными типами волос в домашних условиях. Тип волос: все типы волос

3. Способ применения – после применения шампуня нанесите на волосы небольшое количество средства, оставьте на 2-3 минуты, смойте.

4. Состав – см. на упаковке.

5. Меры предосторожности – только для наружного применения.

6. Условия хранения – Храните в местах недоступных детям, при комнатной температуре, избегая попадания прямых лучей солнца.

7. Масса нетто – 500 мл.

8. Срок годности – 3 года с даты производства

9. Изготовитель: Республика Корея.

10. Импортер и организация, уполномоченная изготовителем на принятие претензий от потребителей: ООО «ОРИЕНТ», 690002, Россия, Приморский край, Владивосток, пр-т Острякова д. 26. ка. 119

EAC Сертификация импорта. Данный символ встречается на продукции иностранного производства и товарах, которые поставляются из России в другие государства. Он обозначает успешно пройденные проверки и допуск к реализации во всех странах, являющихся участницами таможенного союза.


Бумага. Материал упаковки кондиционера перерабатывается.

5 Расчет показателей ассортимента товара

Формирование ассортимента в ООО «Чудодей Владивосток», как и на всех предприятиях, заключается сначала с наведения полного порядка на складе предприятия и в его документации после предыдущих закупок.

Так как магазин «Чудодей» расположен в торговом центре Махаон, это значит, что в предприятии наблюдается значительная проходимость.

Для того чтобы предоставляемый товар на предприятии пользовался спросом и долгое время не оставался на полках магазина или на складе торгового предприятия необходимо анализировать ассортимент и потребности клиентов.

На основании этого руководству магазина раз в год необходимо проводить маркетинговые исследования для изучения спроса покупателей, также следить за количеством продаваемой той или иной продукции.

Рассмотрим структуру ассортимента магазина «Чудодей» в натуральном и денежном выражении.

Наименование	Цена (руб.)	Объём реализации, (мес.), штук	Стоимость, руб.	Стр-ра ассортимента в натур. выражении, %	Стр-ра ассортимента в денеж. выражении, %
Шампунь для нормальных волос	205 руб.	185	37 925	37,2	32,9
Шампунь для тонких волос	227 руб.	157	35 639	31,6	30,9
Шампунь для жирных волос	253 руб.	97	24 541	19,5	21,3
Шампунь для окрашенных волос	298 руб.	58	17 284	11,7	15
Итого	983 руб.	497	115 389	100	100

Таблица 1 – Структура ассортимента шампуней в магазине «Чудодей»

В магазине наибольший объем реализации приходится на шампунь для нормальных волос. Минимальный объем реализации приходится на шампунь для окрашенных волос он составил - 11,7 %. Что касается стоимостного выражения лидером является шампунь для нормальных волос - 37,2 %. Минимальная доля по объему реализации в денежном выражении приходится на шампунь для окрашенных волос - 14,98%, что связано с тем, что производитель данного шампуня проводит незначительную рекламную политику и покупатель мало знает о данном шампуне, следовательно, мало покупает.

Дальше мы поговорим о таких немаловажных показателях ассортимента товаров такие как: широта, полнота, устойчивость, новизна.

1. Широта ассортимента (Ш) – количество видов, разновидностей и наименований товаров однородных и разнородных групп.

Коэффициент широты (Кш) – выражается как отношение действительного количества видов, разновидностей, наименований товаров однородных и разнородных групп к базовому.

Кш = Шд:Шб*100%

Рассчитаем коэффициент широты шампуней. Широта базовая – 100 штук, широта действительная 87 штук

Коэффициент широты ассортимента шампуней 87:100*100%=0,87

Данная широта ассортимента шампуней почти полностью удовлетворяет потребителя, своей разновидностью и марками.

2. Полнота ассортимента (П) – способность набора товаров однородной группы удовлетворять одинаковые потребности.

Коэффициент полноты (Кп) – отношение действительного показателя полноты к базовому.

Кп = Пд:Пб*100%

Рассчитаем коэффициент полноты ассортимента шампуней. Полнота базовая– 100 штук, полнота действительная (фактическое наличие) – 75 штук.

Коэффициент полноты ассортимента шампуней 75:100*100%=0,75

Данная полнота ассортимента шампуней, удовлетворяет спрос потребителя, но не до конца.

3. Устойчивость ассортимента (У) – способность набора товаров удовлетворять спрос на одни и те же товары.

Коэффициент устойчивости (Ку) – отношение количества видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей (У), к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп.

Ку = У:Шб*100%

Рассчитаем коэффициент устойчивости ассортимента шампуней за последний месяц. Устойчивым спросом пользовалось 100 видов шампуней, фактически 60.

Коэффициент устойчивости ассортимента шампуней 60:100*100%=0,6

Устойчивость ассортимента относительно маленькая, нужно больше пополнять ассортимент шампуней.

Новизна ассортимента (Н) – способность товара удовлетворять изменившиеся потребности за счёт новых товаров. Новизна характеризуется действительным обновлением – количеством новых товаров в общем перечне (Н) и степенью обновления (Кн).

Коэффициент новизны (Кн) – выражается через отношение количества новых товаров к общему количеству наименований товаров (или действительной широте)

Кн = Н:Шд*100%

Рассчитаем коэффициент новизны ассортимента шампуней за последние полгода. Количество новых товаров в каталоге –20 штук, по факту ассортимент шампуней –87 штук.

Коэффициент новизны ассортимента шампуней 20:87*100%=0,2

Новизна ассортимента шампуней недостаточно удовлетворяет спрос потребителя на новые виды и марки.

В данном этапе проделанной работы я самостоятельно рассчитывала показатели ассортимента шампуней за последние полгода. Где-то эти показатели не совсем удовлетворительные, но показав этот расчет можно улучшить качество работы на предприятии.

6 Методы формирования спроса. Анкета

Методы формирования спроса:

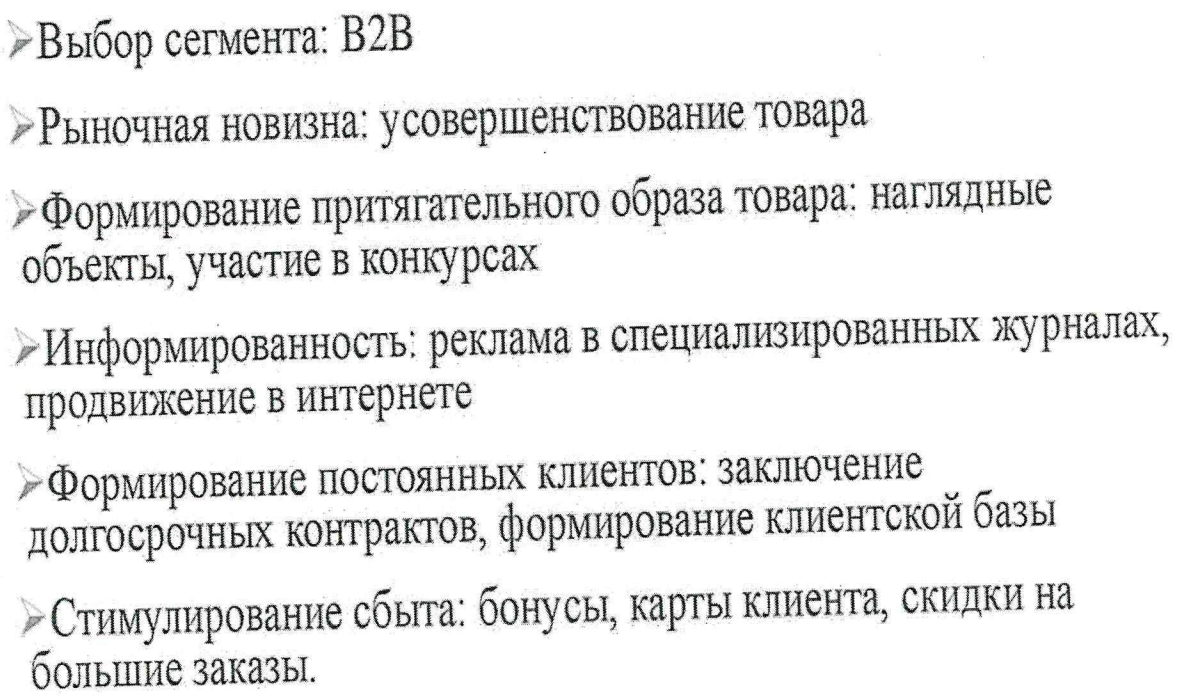


Рисунок 6 – Методы формирования спроса

Результаты анкеты на примере шампуня были следующими:

Вопрос 1 - Как часто вы покупаете шампунь?

Почти половина из опрошенных покупают шампунь раз в месяц, что составило 50%, 35% потребителей покупают раз в две недели и 14% - раз в два месяца, покупают меньше всех опрошенных. Ответ «не покупаю» указал всего 1%.

Вопрос 2 - Интересуетесь ли вы составом приобретаемой продукции?

25% оказался у двух вариантов ответов – «нет» и «да», у опрошенных поровну разделилось мнение. А 50% ответили, что для них состав покупаемой продукции не интересен, то есть не важен.

Вопрос 3 - Какие показатели качества являются для Вас более значимыми при выборе шампуня?

Главным показателем качества при выборе шампуня является цена – 50%, после качество – 23%, 7% опрошенных считают главным показателем –производитель, 15% - состав продукции является важным показателем при выборе шампуня, и 5% считают, что главным является упаковка товара.

Вопрос 4 - Какой объем шампуня предпочитаете покупать чаще?

Большая часть опрашиваемых ответили, что, предпочитают покупать 500 мл. шампуня, что составило 75%, 15% указали 200 мл., и 10% потребителей берут 1000 мл.

Вопрос 5 - Какой шампунь вы приобретаете?

Потребители чаще всего покупают шампунь для нормальных волос, что составило 40% опрашиваемых голосов, 27% потребителей предпочитают покупать шампунь для тонких волос, 23% шампунь для жирных волос, а шампунь для окрашенных волос покупают - 10% опрошенных.

Сделав выводы из данного опроса, что же порекомендовать в продаже шампуня?

1. Выполнять закупку и выкладку шампуней раз в месяц.
2. Для большинства потребителей цена, является главным критерием при выборе шампуня.
3. Выпускать шампунь приоритетно в объёме 500 мл.

Заключение

Проходя практику на предприятии ООО «Чудодей Владивосток» с 4 июня по 10 июня 2024 года, расположенного по адресу: г. Владивосток, Первомайский район, ул. Окатовая 28, знания, полученные мной в учебном процессе, я смогла применить на практике. Благодаря этой производственной практике я смогла повысить уровень своих знаний и приобрела навыки работы кассира торгового зала и товароведа.

При прохождении практики в магазине «Чудодей» я приняла участие: в обеспечении товародвижения, ознакомилась с системой учета реализации и остатков товарных позиций, проанализировала размещение и выкладку товаров, расшифровала значение товарных знаков, рассчитала показатели ассортимента товаров и провела анализ, ознакомилась с методами формирования спроса и стимулирования сбыта.

Хотелось бы порекомендовать предприятию:

1. Больше общаться с потребителями и выявлять их потребности;
2. Своевременно пополнять товарные запасы;

В целом в магазине хорошая рабочая атмосфера. Рабочий коллектив дружелюбен, между сотрудниками существует понимание, взаимопомощь и уважение, что сказывается на качестве и слаженности выполняемой работы.

Список использованных источников

1. Баженов Ю. К. Розничная торговля в России. - Инфра-М, 2016. - 240 с.

2. Николаева М. А. Идентификация и обнаружение фальсификации продовольственных товаров: учеб. пособие/ М. А. Николаева, М. А. Положишникова. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2018. – 464 с.

3. Дубровин И. А. Организация производства на предприятии торговли: учеб. пособие для студентов вузов, обуч. по специальности "Коммерция (торговое дело)", "Маркетинг" / И. А. Дубровин. - 2-е изд., перераб, и доп. - М.: КНОРУС, 2015. - 304 с.

4. Гурская С. П. Правила торговли и защита прав потребителей. – М.: Высшая школа, 2013. - 192 с.

5. Управление ассортиментом товаров: Учебное пособие / Н. Р. Куликова, Т. А. Трыкова, Н. С. Борзунова. - М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 240 с.

6. Морозов С. А. Товароведение и экспертиза товаров / Екат Морозов Сергей Александрович; Савина Ольга Васильевна; Положенцева Екатерина Ивановна; Шашурина. – Москва: ИЛ, 2021. – 619 **с.**

7. Библиотека ВГУЭС

Приложение А

Анкета по потребительскому спросу, на примере шампуня.

1. Как часто вы покупаете шампуни?

А) Раз в две недели
Б) Раз в месяц
В) Раз в два месяца
Г) Не покупаю

2. Интересуетесь ли вы составом приобретаемой продукции?

А) Да
Б) Нет
В) Мне все равно

3. Какие показатели качества являются для Вас более значимыми при выборе шампуня?

А) Состав
Б) Цена
В) Производитель
Г) Упаковка
Д) Качество

4. Какой объем шампуня предпочитаете покупать чаще?

А) 200 мл
Б) 500 мл
В) 1000 мл

5. Какой шампунь вы приобретаете?

А) Шампунь для нормальных волос
Б) Шампунь для тонких волос
В) Шампунь для жирных волос
Г) Шампунь для окрашенных волос

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»
Колледж сервиса и дизайна
ул. Добровольского, 20, г. Владивосток, 690092, тел. 265-81-69, факс 265-85-16

НАПРАВЛЕНИЕ № 1

Студент: **Контарева Милана Олеговна**

Специальность: 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Курс: 2 группа СОТВ-22-1
Направляется для прохождения учебной и производственной практики (по профилю специальности)

в город Владивосток

Организация ООО «Чудодей Владивосток»

на период с « 07 » мая 2024 г по « 24 » июня 2024 г

Зам. директора по УПР /О.В. Дубровина/
Тел. 265-85-34

Руководитель практики от ОУ / А.В.Павелко/
преподаватели /О.В.Мясникова/
тел. 89089714938

(по прибытии на место практики сдается администрации)

Линия отреза

ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет»
Колледж сервиса и дизайна
ул. Добровольского, 20, г. Владивосток, 690092, тел. 265-81-69, факс 265-85-16

ИЗВЕЩЕНИЕ
о прохождении студентом практики

Студент Контарева Милана Олеговна

Специальность Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

курс 2 группа СОТВ-22-1

Прибыл « 07 » мая 2024г. в город Владивосток
в ООО «Чудодей Владивосток»
(наименование организации, предприятия)

Приступил к прохождению УП и ПП в ООО «Чудодей»
(наименование отдела, цеха или участка)

Убыл « 24 » июня 2024г. в КСД ВВГУ

Руководитель практики
от организации или предприятия _____ _____
подпись ФИО

М.П.

Извещение, заверенное администрацией, выдается на руки студенту по окончании практики.

ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении производственной практики
(по профилю специальности)

Студент(ка) Контарева Милана Олеговна СТВ-22-1
(ФИО студента) *№ курса/группы*

проходил практику с 04 июня 2024г. по 10 июня 2024г.

на ООО «Чудодей Владивосток»
название предприятия

в подразделении _____
название подразделения

За период прохождения практики студент посетил 6 дней, из них по уважительно причине отсутствовал(а) 0 дней, пропуски без уважительной причины составили 0 дней.

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

Отмечены нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники безопасности: _____

Студент(ка) не справился(ась) со следующими видами работ: _____

За время прохождения практики Контарева Милана показал(а), что
Фамилию Имя практиканта

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(а) себя отлично

За время производственной практики (по профилю специальности) студент (ка) показал(а) готовность к самостоятельной профессиональной деятельности по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Результат практики: программа практики выполнена успешно в полном объеме

Руководитель практики от предприятия _____ / Бобков Д.А. /
(подпись) */ФИО/*

Общество с ограниченной ответственностью "Чудодей Владивосток" г.Владивосток

М.П. «10» июня 2024 года

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

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(по профилю специальности)

Студентка Контарева Милана Олеговна
обучающийся на 2 курсе в группе СОТВ-22-1
по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
успешно прошел производственную (по профилю специальности) практику по ПМ.01 Управление ассортиментом товаров
в объеме 36 часов
в период с «04» июня 2024 г. по «10» июня 2024 г.
в организации ООО «Чудодей Владивосток» 690035, Владивосток, Окатовая, 28

Виды и качество выполнения работ

Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	**Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика**
Соблюдать требования техники безопасности и охраны труда. Принять участие в обеспечении товародвижения на складе и в магазине, эксплуатации и обслуживании торгового оборудования, используемого на складе и при транспортировании, погрузке-разгрузке товаров.	отлично
Ознакомиться с системой учета реализации и остатков товарных позиций с использованием современного торгового оборудования;	отлично
Проанализировать размещение и выкладку товаров (на примере конкретной ассортиментной группы)	отлично
Расшифровать значение товарных знаков (2-3 образца) на потребительских товарах, рассмотреть соответствие их установленным требованиям качества изготовления и безопасности для людей. Изучить наличие сертификатов на поступившие товары	отлично
Рассчитать показатели ассортимента товара (широта, полнота и т.д.) по конкретной группе товаров (на выбор)	отлично
Ознакомиться с методами формирования спроса и стимулирования сбыта товаров на предприятии. Разработать анкету для изучения покупательского спроса на какой-либо товар или услугу и выявить потребности покупателей в этом товаре	отлично

Характеристика учебной и профессиональной деятельности обучающегося во время производственной (по профилю специальности) практики

За период прохождения производственной (по профилю специальности) практики обучающийся (аяся) сформировал умения, приобрел первоначальный практический опыт и подготовлен к формированию общих и профессиональных компетенций.

Профессиональные компетенции:

ПК 1.1. Выявлять потребность в товарах
ПК 1.2. Осуществлять связи с поставщиками и потребителями продукции.
ПК 1.3. Управлять товарными запасами и потоками
ПК 1.4. Оформлять документацию на поставку и реализацию товаров

Общие компетенции:

В процессе освоения профессионального модуля студенты должны овладеть общими компетенциями (ОК):
ОК 1 Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.
ОК 2 Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.
ОК 3 Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.
ОК 4 Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.
ОК 5 Владеть информационной культурой, анализировать и оценивать информацию с использованием информационно-коммуникационных технологий.
ОК 6 Работать в коллективе и команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.
ОК 7 Брать на себя ответственность за работу членов команды (подчиненных), результат выполнения заданий.
ОК 8 Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.
ОК 9 Ориентироваться в условиях частой смены технологий в профессиональной деятельности.

Дата 10 июня 2024 г.

Оценка 5 (отл.)

Руководитель практики от предприятия _____ Бобков А.А.
подпись Ф.И.О.

Подпись руководителя практики от ОУ _____ А.В.Павелко
подпись Ф.И.О.

М.П.

ХАРАКТЕРИСТИКА

о прохождении учебной практики

Студент(ка) Контарева Милана Олеговна СОТВ-22-1
(ФИО студента) № курса/группы

проходил практику с 14 мая 2024г. по 03 июня 2024г.

на ООО "Чудодей Владивосток"
название предприятия

в подразделении _____
название подразделения

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

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

Отмечены нарушения трудовой дисциплины и /или правил техники безопасности: _____

Студент(ка) не справился со следующими видами работ: _____

За время прохождения практики Контарева Милана показал(а), что
Фамилию Имя практиканта

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(а) себя отлично

За время учебной практики студент(ка) сформировал умения, приобрёл(а) первоначальный практический опыт и подготовлен(а) к формированию общих и профессиональных компетенций по специальности: 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Результат практики: программа практики выполнена успешно в полном объеме

Руководитель практики от предприятия Бобков И.А. / _____ /
подпись /Ф.И.О/

М.П.

«03» июня 2024 года

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Владивостокский государственный университет»
Колледж сервиса и дизайна

ДНЕВНИК

по производственной практике

Вид практики: учебная практика/производственная практика

Контарева Милана Олеговна

Фамилия, имя, отчество студента

Специальность: Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

Группа СОТВ-22-1, курс 2

Профессиональный модуль ПМ.01 Управление ассортиментом товаров

Владивосток 2024

1. Ф.И.О. преподавателя - руководителя практики от ОУ_____
Павенко Анна Владимировна

2. Ф.И.О. руководителя практики от предприятия: _____
Бобков Алексей Александрович

3. Место практики ООО „Чудодей Владивосток"
690035, г. Владивосток, ТЦ „Махаон"
Октябрьская улица 28, 2 этаж

4. Период практики: с 04 июня 2024г по
10 июня 2024г.

ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА ИНСТРУКТАЖА
по ознакомлению с требованиями охраны труда, техники безопасности, пожарной безопасности, правилами внутреннего распорядка
(заполняется на предприятии)

1.Вводный инструктаж
Бобков Алексей Александрович директор
(ФИО и должность лица, проводившего вводный инструктаж)
Подпись _____ Дата 04.06.2024 г.
Инструктаж получил (а) и усвоил (а)
Подпись _____ Дата 04.06.2024 г.

2. Первичный инструктаж на рабочем месте
_____
(наименование участка, цеха, отдела и т. д.)
А. Инструктаж провел (а) Бобков Алексей Александрович
(мастер фамилия, имя, отчество)
Подпись _____ Дата 04.06.2024 г.

Б. Инструктаж получил (а) и усвоил (а) Контарева Милана Олеговна
Подпись _____ Дата 04.06.2024 г.

3. Разрешение на допуск к работе
Разрешено допустить к самостоятельной работе_____
Контареву Милану Олеговну
по специальности Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
Дата 04.06.24г. Начальник цеха (отдела) _____(подпись)

№ п/п	Дата	Краткое содержание работ	Оценка	Подпись руководителя от предприятия
1	04.06.24	Приняла участие в обеспечении товародвижения на складе и в магазине	5	
		Приняла участие в эксплуатации и обслуживании торгового оборудования, используемого на складе и при транспортировании, погрузке-разгрузке товаров		
2	05.06.24	Ознакомилась с системой учета реализации и остатков товарных позиций с использованием современного торгового оборудования	5	
3	06.06.24	Проанализировала размещение и выкладку товаров	5	
		Провела выкладку товаров		
4	07.06.24	Расшифровала значение товарных знаков на потребительских товарах	5	
		Рассмотрела соответствие товарных знаков их установленным требованиям качества		

№ п/п	Дата	Краткое содержание работ	Оценка	Подпись руководителя от предприятия
		изготовления и безопасности для людей		
		Изучила наличие сертификатов на поступившие товары		
		Провела консультацию покупателя		
5	08.06.24	Рассчитала показатели ассортимента товара по конкретной группе товаров	5	
6	10.06.24	Ознакомилась с методами формирования спроса и стимулирования сбыта товаров на предприятии	5	
		Разработала анкету для изучения покупательского спроса на товар и выявила потребности покупателей в том товаре		
		Сдача отчета		

№ п/п	Дата	Краткое содержание работ	Оценка	Подпись руководителя от предприятия

М.П.

Руководитель практики от предприятия _____ (Бобков А.А.)

Руководитель практики от ОУ _____ (А.В. Павелко)

«11» 06 2024

ПАМЯТКА
студенту, убывающему на практику

Перед началом практики

1. Студент перед началом практики обязан принять участие в организационном собрании по практике.
2. Получить дневник, структуру отчета, индивидуальное задание и направление на практику.
3. Заполнить в течение собрания под руководством руководителя практики от учебного заведения соответствующие разделы дневника.
4. Выяснить адрес и маршрут следования к месту практики и должностных лиц или подразделение, к которому должен обратиться по прибытию на практику.
5. Иметь при себе документы, подтверждающие личность (паспорт), личную медицинскую книжку или копию медицинской справки по форме 86/у, необходимые для оформления допуска к месту практики.
6. В случае отказа в оформлении на практику (по любым причинам) немедленно связаться с руководителем практики от учебного заведения.

По прибытии на место практики (основной этап)

1. Изучить инструкцию по охране труда и получить зачет по технике безопасности и пожарной безопасности, заполнить соответствующий раздел дневника и расписаться в журнале по технике безопасности по месту практики.
2. Вести ежедневные записи в дневнике в соответствии с памяткой.
3. Постоянно иметь дневник на рабочем месте и предъявлять его для проверки ответственным лицам.
4. Строго соблюдать трудовую дисциплину, правила техники безопасности, пожарной безопасности, производственной санитарии.
5. Выполнять требования внутреннего трудового распорядка организации (предприятия).

По окончании практики

1. Предъявить дневник, аттестационный лист, характеристику, индивидуальное задание руководителю практики по месту работы, заверить подписями и печатями все соответствующие разделы этих документов.
2. Прибыть в учебное заведение и предоставить комплект отчетной документации по практике и быть готовым к выступлению по плану, предложенному руководителем практики от учебного заведения.