

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

ОТЧЕТ  
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ

Специальность: 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества  
потребительских товаров

ПМ.01 Управление ассортиментом товаров

период с «20» декабря по «25» декабря 2021 года

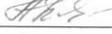
Студент группы С0ТВ-19 \_\_\_\_\_ Д.В. Дерюга  
подпись

Руководитель практики \_\_\_\_\_ А. В. Павелко  
подпись

Отчет защищен:  
с оценкой \_\_\_\_\_ 5 (отм.)

Владивосток 2021

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

СОГЛАСОВАНО  
Председатель ЦМК  
 /А.В.Павелко/  
«05» ноября 2021г.

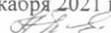
УТВЕРЖДАЮ  
Зам. директора по УПР  
 /О.В.Дубровина/  
«23» ноября 2021г.

**ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ  
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ (по профилю специальности)**

Студент (ка) Дерюга Диана Вадимовна  
*Фамилия Имя Отчество*  
обучающийся (аяся) на 3 курсе, группа СОТВ-19  
по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров  
в объеме 36 часов  
в период с «20» декабря 2021 г. по «25» декабря 2021 г.  
в организации ООО «Уют» 692806, Приморский край, г Большой Камень, улица Приморского  
Комсомола, д 2А, тел. 8 (914) 071-11-16.  
*наименование организации, юридический адрес*

Виды и объём работ в период производственной практики:

№ п/п	Виды работ	Кол-во часов
<b>ПМ.01 Управление ассортиментом товаров 36ч. с 20.12.2021 по 25.12.2021</b>		
1.	Соблюдать требования техники безопасности и охраны труда. Ознакомиться с производственной структурой предприятия	6
2.	Ознакомиться со структурой и объемом продаж по конкретной группе товаров в данном торговом предприятии (на выбор).	6
3.	Рассчитать показатели ассортимента товара (широта, полнота и т.д.) по конкретной группе товаров (на выбор)	6
4.	Разработать анкету для изучения покупательского спроса на какой-либо товар или услугу	6
5.	Провести анкетирование потребителей, проанализировать результаты	6
6.	Составить отчет о выполненной работе на производственной практике. Оформить дневник. Представить характеристику с предприятия	6

Дата выдачи задания «10» декабря 2021 г.  
Срок сдачи отчета по практике «25» декабря 2021 г.  
Руководитель практики от ОУ  /А.В.Павелко/

## Содержание

Введение	3
1 Инструктаж по технике безопасности и охране труда	4
1.1 Производственная структура предприятия	5
2 Структура и объём продаж	9
3 Показатели ассортимента товара	11
4 Анкетирование потребителей	15
Заключение	20
Список использованных источников	21
Приложение А	22

## Введение

Производственная практика — практическая часть учебного процесса подготовки квалифицированных рабочих и специалистов, проходящая, как правило, на различных предприятиях в условиях реального производства. Является заключительной частью учебной практики, проходящей в учебном заведении.

Я проходила производственную практику на предприятии «Уют» по направлению «Управление ассортиментом товаров». Под руководством директора предприятия Нуриева Фуада Нусраддина Оглы, а также руководителей практики от образовательного учреждения.

Продолжительность практики - с 20 декабря по 25 декабря 2021 года.

Целью производственной практики является закрепление и углубление теоретической подготовки в области товароведения, приобретение профессиональных навыков, практического опыта в самостоятельной профессиональной деятельности.

Для достижения данной цели необходимо выполнить:

- ознакомиться с производственной структурой предприятия;
- ознакомиться со структурой и объёмом продаж на торговом предприятии;
- рассчитать показатели ассортимента товара (широта, полнота и т.д.);
- разработать анкету для изучения покупательского спроса на товар;
- провести анкетирование потребителей, проанализировать результаты.



Рисунок 1- Предприятие ООО «Уют»

## 1 Инструктаж по технике безопасности и охране труда

Вводный инструктаж по охране труда проводит специалист по охране труда или работник, на которого приказом работодателя возложены эти обязанности. В программу вводного инструктажа по охране труда входят такие пункты как:

### 1. Общие требования безопасности

1.1 К самостоятельной работе допускаются лица, не моложе 18 лет, прошедшие медицинское освидетельствование, получившие вводный инструктаж по охране труда и по безопасным методам и приемам работы на рабочем месте.

1.2 Соблюдайте правила внутреннего трудового распорядка. Появление на работе в нетрезвом состоянии или под воздействием наркотических средств является грубейшим нарушением производственной дисциплины.

1.3 Пользуйтесь предусмотренной по нормам спецодеждой, сан.одеждой, спец. обувью и средствами индивидуальной защиты.

1.4 Не загромождайте рабочий участок и проходы. Не используйте запасные эвакуационные выходы для складирования в них материалов и других предметов.

1.5 При травмировании на производстве или заболевании сообщите о случившемся начальнику торгового комплекса или заведующему производством и обратитесь в медпункт.

1.6 Умейте оказывать первую /доврачебную/ помощь.

1.7 Выполняйте следующие правила личной гигиены:

- оставляйте в гардеробной верхнюю одежду и все личные вещи;
- принимайте пищу только в специально отведённых для этого местах;

1.8 При движении по территории будьте внимательны, соблюдайте осторожность при переходе в местах проезда автотранспорта.

1.9 За невыполнение требований, указанных в настоящей инструкции, Вы несете ответственность в порядке, установленном правилами внутреннего трудового распорядка и, в особых случаях, уголовным кодексом Российской Федерации.

### 2. Требования безопасности перед началом работы:

2.1 Застегните спецодежду на все пуговицы и завяжите завязки. Уберите волосы под головной убор. Заправьте концы косынки. Не допускайте свисающих концов одежды. Не закалывайте одежду булавками. Не держите в карманах бьющихся и острых предметов.

2.2 Проверьте внешним осмотром наличие и надежность заземляющих соединений /отсутствие обрывов, прочность контакта между корпусом машины, электродвигателя и заземляющим приводом/Не приступайте к работе при отсутствии заземления.

2.3 Убедитесь в отсутствии посторонних предметов внутри или вокруг оборудования.

2.4 Проверьте исправность необходимых для работы инструментов и приспособлений.

3. Требования безопасности во время работы:

3.1 Выполняйте только порученную Вам работу.

3.2 Не отвлекайтесь от своих прямых обязанностей. Не облакачивайтесь и не садитесь на оборудование.

3.3 Сообщите при наличии напряжения /бьет током/ на корпус машин, аппаратов, кожухах администрации.

3.4 Не снимайте и не устанавливайте сменные механизмы при вращающемся электродвигателе привода.

3.5 Не оставляйте без надзора работающее оборудование.

3.6 При любой неисправности оборудования /не срабатывании кнопок "пуск", "стоп", появлении посторонних шумов, запаха гари, дыма, при внезапном перерыве подачи электроэнергии/ немедленно отключите оборудование от сети и сообщите об этом своему непосредственному руководителю.

4. Требования безопасности по окончании работы

4.1 Отключите оборудование от энергоисточника.

4.2 Уберите инвентарь на специально отведенные места для хранения.

4.3 Сообщите обо всех неисправностях и неполадках, замеченных во время работы начальнику торгового комплекса или заведующему производством.

4.4 Снимите спецодежду, обувь и уберите в предназначенное место.

4.5 Вымойте лицо и руки с мылом или примите душ.

Со мной был проведён инструктаж по технике безопасности и охраны труда руководителем предприятия ООО «Уют», где я была ознакомлена с производственной обстановкой и особенностями безопасного выполнения каждого вида работ.

## 1.1 Производственная структура предприятия.

Производственная структура предприятия - это совокупность производственных единиц предприятия (цехов, служб), входящих в его состав и формы связей между ними.

Производственная структура зависит от вида выпускаемой продукции и его номенклатуры, типа производства и форм его специализации, от особенностей технологических процессов. Причем последние являются важнейшим фактором, определяющим производственную структуру предприятия. Производственная структура - это, по существу, форма

Характеристики типов производств по организации производственного процесса. В ней различают подразделения производств:

- основного,
- вспомогательного,
- обслуживающего.

В цехах (подразделениях) основного производства предметы труда превращаются в готовую продукцию. Цехи (подразделения) вспомогательного производства обеспечивают условия для функционирования основного производства (инструменты, энергия, ремонт оборудования). Подразделения обслуживающего производства обеспечивают основное и вспомогательное производства транспортом, складами (хранение), техническим контролем и т.д.

Таким образом, в составе предприятия выделяются основные, вспомогательные и обслуживающие цехи и хозяйства производственного назначения.

В свою очередь цехи основного производства подразделяются:

- заготовительные;
- обрабатывающие;
- сборочные.

Заготовительные цехи осуществляют предварительное формообразование деталей изделия (литье, горячая штамповка, резка заготовок и т.д.)

В обрабатывающих цехах производится обработка деталей механическая, термическая, химико-термическая, гальваническая, сварка, лакокрасочные покрытия и т.д.

В сборочных цехах производят сборку сборочных единиц и изделий, их регулировку, наладку, испытания.

На основе производственной структуры разрабатывается генеральный план предприятия, т.е. пространственное расположение всех цехов и служб, а также путей и коммуникаций на территории завода. При этом должна быть обеспечена прямолинейность материальных потоков. Цехи должны быть расположены в последовательности выполнения производственного процесса.

Цех - это основная структурная производственная единица предприятия, административно обособленная и специализирующаяся на выпуске определенной детали или изделий либо на выполнении технологически однородных или одинакового назначения

работ. Цехи делятся на участки, представляющие собой объединенную по определенным признакам группу рабочих мест. Производственная структура цеха показана на рисунке 2.

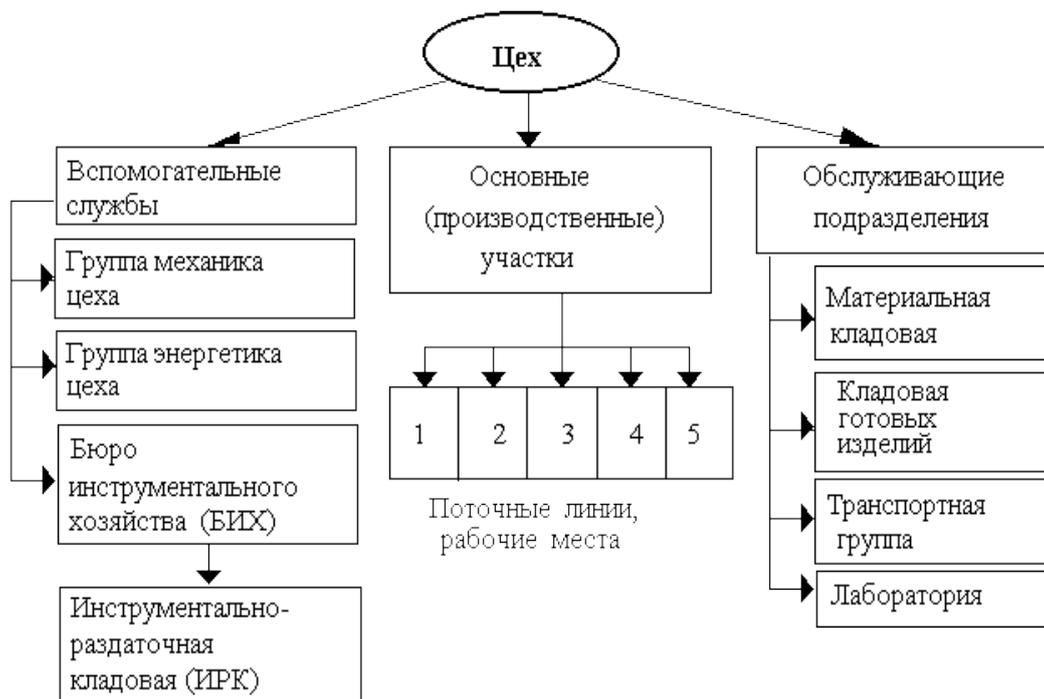


Рисунок 2- Производственная структура цеха

Цехи и участки создаются по принципу специализации:

- технологической;
- предметной;
- предметно-замкнутой;
- смешанной.

*Технологическая специализация* основана на единстве применяемых технологических процессов. При этом обеспечивается высокая загрузка оборудования, но затрудняется оперативно- производственное планирование, удлиняется производственный цикл из-за увеличений транспортных операций. Технологическая специализация применяется в основном в единичном и мелкосерийном производствах.

*Предметная специализация* основана на сосредоточении деятельности цехов (участков) на выпуске однородной продукции. Это позволяет концентрировать производство детали или изделия в рамках цеха (участка), что создает предпосылки для организации прямочного производства, упрощает планирование и учет, сокращает производственный цикл. Предметная специализация характерна для крупносерийного и массового производств.

Если в пределах цеха или участка осуществляется законченный цикл изготовления детали или изделия, это подразделение называется *предметно-замкнутым*.

Цехи (участки), организованные по предметно-замкнутому принципу специализации, обладают значительными экономическими преимуществами, так как при этом сокращается длительность производственного цикла в результате полного или частичного устранения встречных или возвратных перемещений, снижаются потери времени на переналадку оборудования, упрощается система планирования и оперативного управления ходом производства.

## 2 Структура и объём продаж декоративной косметики.

Структура продаж — требует периодического анализа. Как правило, анализ структуры продаж определяет отношение объема реализации какого-то продукта к общему объему реализации. Таким образом компания может увидеть, какой товар/услуга является флагманской – то есть больше всего продается.

По структуре любой товар состоит из трех уровней:

- первый уровень – товар по замыслу (идея товара). Он включает в себя основную выгоду, которую должен оказывать будущий товар и которую приобретает потребитель.

- второй уровень – товар в реальном исполнении. Он должен включать в себя все основные характеристики, в частности, торговую марку, уровень качества, упаковку, внешнее оформление, свойства и т.д.

- третий уровень – это товар с подкреплением. Под подкреплением понимаются дополнительные услуги и выгоды, которыми фирма снабжает свой товар при реализации; его назначение - максимального облегчить процесс приобретения и потребления данного товара.

Таким образом компания может увидеть, какой товар/услуга является флагманской – то есть больше всего продается. Формула расчёта: относительная величина структуры = часть целого \ целое \* 100%.

Например, ООО «Уют» продаёт декоративную косметику. Общий объём продаж составляет 150 косметических средств в день, из которых продажи средств для лица составляют 100 шт., а средств для ногтей 50 шт. Соответственно, структура продаж будет такой:

Средства для лица:  $100/150*100\%=66,6\%$

Средства для ногтей:  $50/150*100\%=33,3\%$

Есть обязательное правило при расчетах: структура продаж (сколько бы товаров она не включала бы) должна быть равна 100%. Если при складывании долей 100 не выходит, необходимо дополнительно провести округление.

Объём продаж – это общее количество денежных поступлений, зачисленных в адрес организации, за реализованную им продукцию, или оказанные услуги за конкретный период. Этот показатель, дает, непосредственное понимание, насколько коммерчески успешной, является компания.

Для определения объема реализации продукции недостаточно использования данных из публичной финансовой отчетности компании: потребуется аккумуляция

информации из первичных бухгалтерских документов и внутренних документов управленческого учета.

Формулу оценки  $SV$  в общем виде можно представить в виде тождества:

$ОП = (УПЗ + ЕВІТ) / (Цед - Пред)$ , где:

УПЗ – сумма условно-постоянных затрат;

ЕВІТ – прибыль до уплаты налогов;

Цед — стоимость единицы продукции;

Пред – переменные затраты на каждую единицу товара.

Условно-постоянные затраты представляют собой расходы, которые остаются неизменными даже в случае варьирования объема выпуска. К их числу относятся амортизация зданий и сооружений, издержки на управление предприятием, арендные выплаты и др. Переменные затраты, напротив, меняются вместе с увеличением или уменьшением количества произведенной продукции.

### 3 Показатели ассортимента

Анализ ассортимента - это процесс изучения состава и структуры ассортимента товаров и услуг с целью оценки его соответствия текущим и перспективным условиям рынка.

Проведём анализ широты ассортимента декоративной косметики.

Определим коэффициент широты.

Чтобы найти коэффициент широты нужно широту действительную разделить на широту базовую и умножить на 100%

Таблица 1 – Анализ широты

Название декоративной косметики	Широта базовая	Широта действительная	Коэффициент широты
1. Пудра	10	8	0,8
2. Румяна	5	3	0,6
3. Тушь	4	2	0,5
4. Помада	4	1	0,25

1.  $8/10*100\% = 0,8$  – коэффициент широты пудры;

2.  $3/5*100\% = 0,6$  – коэффициент широты румян;

3.  $2/4*100\% = 0,5$  – коэффициент широты туши;

4.  $1/4*100\% = 0,25$  – коэффициент широты помады.

Анализ показывает, что ассортимент данной декоративной косметики не оптимален. Наиболее близок к оптимальному ассортимент пудры.

Коэффициент полноты.

Коэффициент полноты ассортимента рассчитывался по следующим данным: в магазине реализовано 10 наименований пудры (Пд) при плане - 20 наименований (Пб).

Чтобы определить полноту ассортимента пудры нужно полноту действительную разделить на полноту базовую и умножить на 100%.

$$10/20*100\% = 0,5$$

Вывод: коэффициент полноты ассортимента находится на среднем уровне. Чем больше полнота ассортимента, тем больше удовлетворён покупательский спрос.

Коэффициент устойчивости.

Имеется 10 наименований декоративной косметики, 4 из них пользуются устойчивым спросом.

Чтобы найти коэффициент устойчивости ассортимента нужно устойчивость ассортимента разделить на широту базовую и умножить на 100%.

$$4/10*100\% = 0,4$$

Вывод: коэффициент устойчивости находится на среднем уровне.

Коэффициент новизны.

В магазин каждые три месяца поступает новый ассортимент декоративной косметики количеством 8. Широта базовая декоративной косметики составляет 10.

Чтобы найти новизну ассортимента нужно широту действительную разделить на широту базовую и умножить на 100%.

$$8/10*100\% = 0,8$$

Вывод: коэффициент новизны говорит о регулярном обновлении ассортимента декоративной косметики.

Коэффициент рациональности.

В ассортименте декоративной косметики имеется 25 наименований товара, в том числе 8 видов декоративной косметики однородной группы. 15 видов обладают способностью постоянно удовлетворять устойчивый спрос покупателей. В течение месяца в ассортименте появилось 5 видов новых товаров. Нужно рассчитать коэффициент рациональности, зная такие параметры, как:

$$\text{Шб} = 100$$

$$\text{Пб} = 20$$

$$\text{вш} = 0,3$$

$$\text{вп} = 0,2$$

$$\text{ву} = 0,2$$

$$\text{вн} = 0,3$$

$$\text{Кр} = (\text{Кш} * \text{Вш} + \text{Кп} * \text{Вп} + \text{Ку} * \text{Ву} + \text{Кн} * \text{Вн}) : 4$$

$$1. \text{Кш} = \text{Шд}/\text{Шб} * 100\% = 25/100 * 100\% = 0,25$$

$$2. \text{Кп} = \text{Пд}/\text{Пб} * 100\% = 8/20 * 100\% = 0,4$$

$$3. \text{Ку} = \text{У}/\text{Шб} * 100\% = 15/100 * 100\% = 0,15$$

$$4. \text{Кн} = \text{Н}/\text{Шд} * 100\% = 5/25 * 100\% = 0,2$$

$$5. \text{Кр} = (0,25*0,3)+(0,4*0,2)+(0,15*0,2)+(0,2*0,3) : 4 = 0,72 : 4 = 0,18$$

Вывод: данный показатель говорит о том, что магазину нужно дальше совершенствовать свой ассортимент.

Следующий показатель это ABC-анализ, он позволяет разобрать весь ассортимент товаров на три группы, имеющие влияние на общий объём продаж.

Группы обозначаются латинскими буквами. А - самые важные товары, дают 80% выручки. В - товар средней важности, дают 15% выручки. С - наименее важный товар, дают 5% выручки.

Целью моего анализа является оптимизация ассортимента декоративной косметики в предприятии розничной торговли.

Для того чтобы точно и правильно провести ABC-анализ, нужно чётко следовать установленным правилам:

1. Выбрать цель анализа. В моём случае это оптимизация ассортимента.
2. Выбрать объект анализа - товарные группы.
3. Выбрать числовую характеристику, по которой будем разбивать характеристику на группы - выручка.
4. Отсортировать список по параметру в порядке убывания, то есть расписать товары в порядке убывания выручки.
5. Подсчитать общую сумму выручки по всем товарам.

Таблица 2 – ABC-анализ

№	Товары	Выручка	Доля выручки	Доля выручки с нарастающим итогом	Группа товаров	Доля в группе
1	Тональный крем	2500	19,5	19,5	А	50
2	Пудра	2300	17,9	37,4	А	
3	Румяна	2000	15,6	53	А	
4	Тушь	1800	14	67	А	
5	Карандаш для глаз	1200	9,3	76,3	А	
6	Тени для век	800	6,2	82,5	В	30
7	Тени для бровей	700	5,4	87,9	В	
8	Губная помада	600	4,7	92,6	В	
9	Гель для бровей	500	3,9	96,5	С	20
10	Блеск для губ	400	3,1	99,6	С	
Итого		12800	100	100		

6. Вычислим долю выручки по каждому товару в общей сумме выручки. Для этого выручку по товару делим на общую и умножаем на 100%.

7. Вычислим для каждого товара долю с нарастающим итогом. Для этого долю первого товара переписываем без изменений. Чтобы вычислить долю второго и последующих товаров с нарастающим итогом, нужно к доле первого прибавить долю

второго, это и будет второй товар с нарастающим итогом. В конечном итоге должна получиться единица.

8. Найти позицию списков, в которой доля нарастающего итога ближе всего к 80%. Это будет нижняя граница группы А. В моем примере ближе к 80% с 1 по 5 товары. Это группа А.

9. Найти товар для которого доля с нарастающим итогом равна 95%. Это нижняя граница группы В. В таблице это товары с 6 по 8.

10. Подсчитать общее количество товаров в каждой группе. Товаров группы А - 5, в группе В - 3, группе С - 2. Общее количество товаров - 10.

Подсчитать долю количества наименований товаров в каждой группе. Для этого количество группы товаров делим на общее количество и умножаем на 100.

11. Сравнить результаты АВС-анализа, сделать вывод.

Вывод: По результатам анализа мы видим, что группа А составляет процентов 76% выручки и 50% наименований от общего количества наименований, группа В 16% выручки и 30% наименований и группа С приносит 7% выручки и имеет 20% наименований. Товары группы С приносят выручки, не смотря на то что товаров этой группы не большое количество, это не оправдывает расходов, связанных с их приобретением и реализацией, поэтому нужно задуматься о возможности сокращения продаж этих товаров. Товары группы В не такие прибыльные как товары группы А, их ассортимент нужно анализировать детальнее и оптимизировать, а товары группы А прибыльные, можно рассмотреть расширение ассортимента этих товаров.

## 4 Анкетирование потребителей

Покупательский спрос - отражение потребностей потребителей в том или ином товаре, работе, услуге, сопоставимости желания и возможности приобрести данный товар, работу, услугу.

Анкетирование — это прикладной метод исследования. Он подразумевает получение ответов от респондентов на заданные вопросы открытого или закрытого типа.

Анкетирование оформляется как набор вопросов, логически связанных с основной задачей исследования. Вопросы, представленные в анкете, выясняют биографические данные, мнения, оценки, установки, ценностные ориентации и другие аспекты.

Основной целью анкетирования является, как можно больше опросить людей в кратчайшие сроки. Ведь это самый эффективный способ проанализировать спрос на товар и понять свою целевую аудиторию. С помощью правильно поставленных вопросов вы получаете правдивую информацию о продукте и о возрастной категории ваших потребителей, откуда они, их статус и пол.

Исследование предпочтений потребителей в отношении выбора декоративной косметики проводилось путем социологического опроса.

Смотреть в приложении А -«Анкета по изучению потребностей и предпочтений покупателей»

Я разработала анкету и в моем опросе приняло участие 30 человек. Опрос проводился на предприятии ООО «Уют».

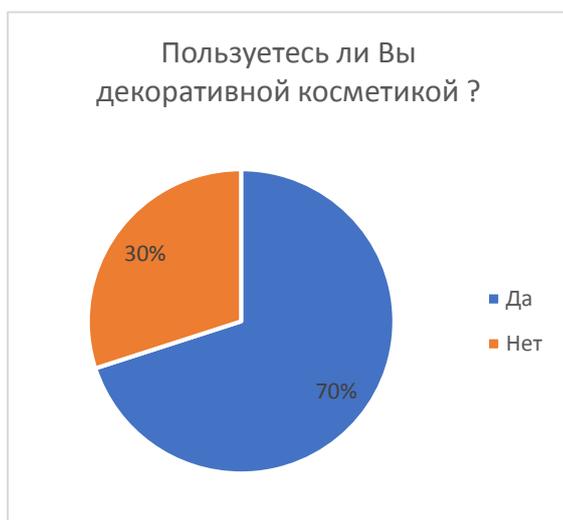


Рисунок 3- вопрос 1

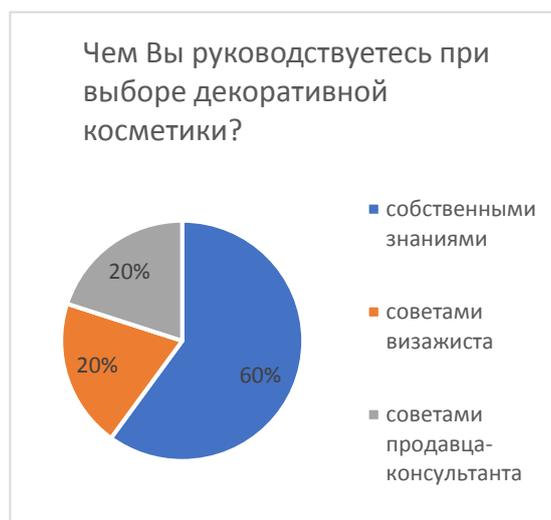


Рисунок 4- вопрос 2

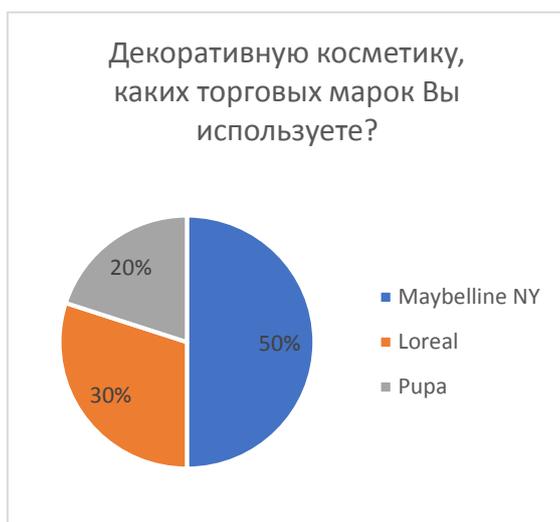


Рисунок 5- вопрос 3

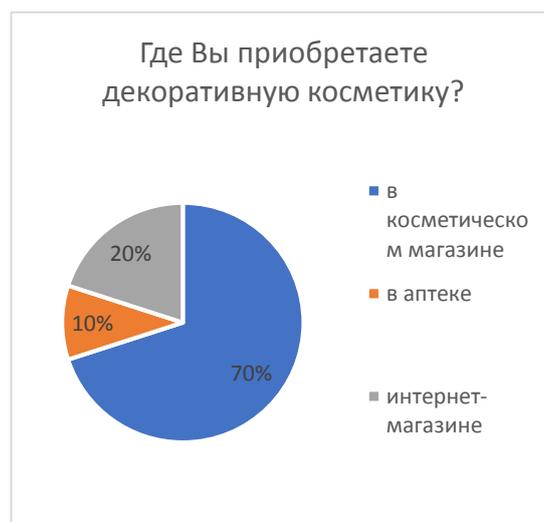


Рисунок 6- вопрос 4

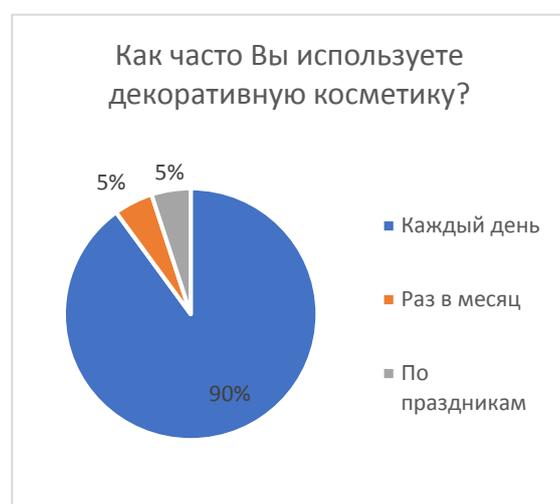


Рисунок 7- вопрос 5



Рисунок 8- вопрос 6

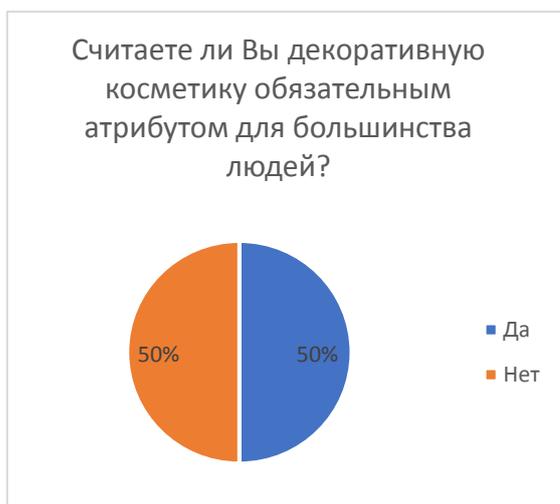


Рисунок 9- вопрос 7



Рисунок 10- вопрос 8



Рисунок 11- вопрос 9



Рисунок 12- вопрос 10



Рисунок 13- вопрос 11

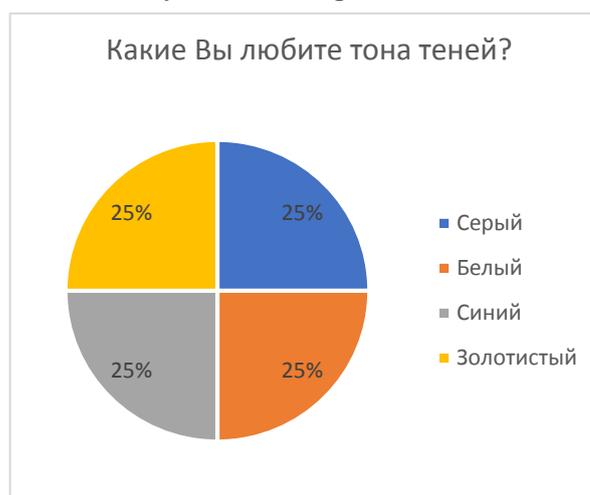


Рисунок 14- вопрос 12



Рисунок 15- вопрос 13



Рисунок 16- вопрос 14



Рисунок 17- вопрос 15

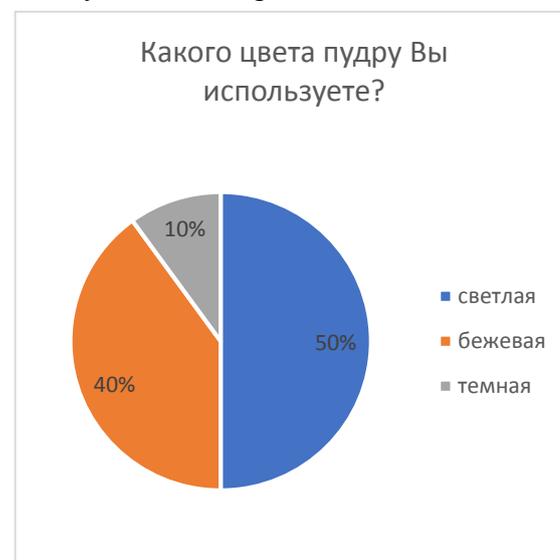


Рисунок 18- вопрос 16



Рисунок 19- вопрос 17



Рисунок 20- вопрос 18



Рисунок 21- вопрос 19



Рисунок 22- вопрос 20

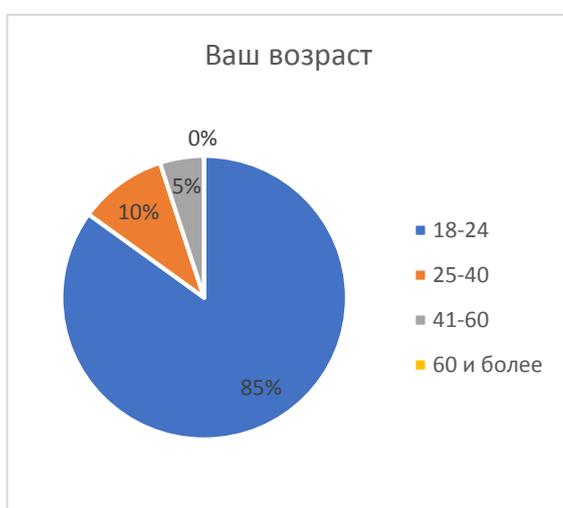


Рисунок 23- вопрос 21



Рисунок 24- вопрос 22

В процессе анкетирования были сделаны следующие выводы:

Наибольшую часть покупателей составляет женский пол, возрастом 18-24 лет с доходом свыше 10000 рублей.

Данное исследование подтверждает, что большая часть покупателей покупают косметику довольно часто, следовательно, они покупают её несколько раз в полгода.

Большое количество покупателей используют декоративную косметику на каждый день, а не только по праздникам.

А также половина покупателей считают декоративную косметику обязательным атрибутом для большинства людей.

По результатам анкетирования можно сказать, что преимущественное большинство участников опроса пользуются декоративной косметикой.

## Заключение

Проходя производственную практику в ООО «Уют» по профессиональному модулю ПМ.01 Управление ассортиментом товаров, знания, полученные мной в учебном процессе и в ходе учебной практики, я смогла применить на производственном обучении.

Выполнила следующие цели производственной практики:

- Соблюдение требований техники безопасности и охраны труда. Ознакомление с производственной структурой предприятия;
- Ознакомилась со структурой и объёмом продаж;
- Рассчитала показатели ассортимента (широта, полнота и т.д.);
- Разработала анкету для изучения покупательского спроса;
- Провела анкетирование потребителей, проанализировала результаты;
- Составила отчёт о выполненной работе.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Теория организации производственных систем. Учебное пособие. Тинько А.А  
Экономика: 2007г - 50-65с.

2. Управление сбытом или как увеличить объем продаж. Учебное пособие. Ефимова  
С.А Альфа пресс: 2007г - 43-70с.

### Интернет-ресурсы:

1. [http://www.aup.ru/books/m47/7\\_3.htm](http://www.aup.ru/books/m47/7_3.htm)
2. <https://onlinebots.ru/blog/struktura-prodazh/>

## Приложение А

Анкета по изучению потребностей и предпочтений покупателей

Здравствуйте, прошу вас ответить на несколько вопросов, это займет не более десяти минут.

### 1. Пользуетесь ли Вы декоративной косметикой?

- да
- нет

### 2. Где Вы приобретаете декоративную косметику?

- в косметическом магазине
- в аптеке
- интернет-магазин

### 3. Чем Вы руководствуетесь при выборе декоративной косметики?

- собственными знаниями
- советами визажиста
- советами продавца-консультанта

### 4. Декоративную косметику, каких торговых марок Вы используете?

- Рипа
- Maybelline NY
- Loreal

### 5. Как часто Вы используете декоративную косметику?

- каждый день
- один раз в месяц
- по праздникам

### 6. С какими целями Вы используете декоративную косметику?

- скрыть несовершенства
- сделать лицо более выразительным
- чувствовать себя увереннее

### 7. Считаете ли Вы декоративную косметику обязательным атрибутом для большинства людей?

- да

нет

**8. Без каких средств Вы не можете обойтись в своём макияже?**

румяна

пудра

помада/блеск

тушь

**9. Какие средства вы легко исключите из своего обихода?**

средство для бровей

тональное средство

консилер

хайлайтер

**10. Чем вы больше любите красить свои губы?**

губная помада

карандаш

блеск

гигиеническая помада

**11. Пользуетесь ли Вы тенями?**

да

нет

иногда

**12. Какие Вы любите тона теней?**

серый

белый

синий

золотистый

**13. Используете ли Вы тональный крем?**

да

нет

иногда

**14. Пользуетесь ли Вы тушью?**

да

- нет
- иногда

**15. Используете ли Вы в своём макияже пудру?**

- да
- нет
- иногда

**16. Какого цвета пудру Вы используете?**

- светлая
- бежевая
- тёмная

**17. Используете ли вы румяна в своём макияже?**

- Да
- Нет
- Иногда

**18. Какое количество средств декоративной косметики у вас есть?**

- 1-2  6-8  Более 12

**19. Как часто вы покупаете декоративную косметику?**

- Каждый  Несколько  Пару раз   
месяц раз в пол в год  
года

**20. Ваш пол**

- мужской
- женский

**21. Ваш возраст**

- 18-24
- 25-40
- 41-60
- 60 и более

**22. Укажите Ваш доход за месяц**

- от 10 тыс. до 25 тыс. рублей
- от 30 тыс. до 50 тыс. рублей
- Более 61 тыс. рублей

### Благодарность за прохождение опроса

Спасибо за уделенное время, Ваше мнение очень значимо для нас!  
Ваша оценка позволит выбрать правильное направление в работе над  
улучшением качества предоставляемых нами услуг.

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

**АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ**

Студент (ка) Дерюга Диана Вадимовна  
*Фамилия Имя Отчество*  
 обучающийся (аяся) на 3 курсе, группа СОТВ-19  
 по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров  
 успешно прошла производственную практику (по профилю специальности) по ПМ.01  
Управление ассортиментом товаров  
 в объеме 36 часов  
 в период с «20» декабря 2021 г. по «25» декабря 2021 г.  
 в организации ООО «Уют» 692806, Приморский край, г Большой Камень, улица  
Приморского Комсомола, д 2А, тел. 8 (914) 071-11-16.  
*наименование организации, юридический адрес*

**Виды и качество выполнения работ**

№ п/п	Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики	Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика
<b>ПМ.01 Управление ассортиментом товаров 36ч. с 20.12.2021 по 25.12.2021</b>		
1.	Соблюдать требования техники безопасности и охраны труда. Ознакомиться с производственной структурой предприятия	<i>Ознакомились</i>
2.	Ознакомиться со структурой и объемом продаж по конкретной группе товаров в данном торговом предприятии (на выбор).	<i>Ознакомились</i>
3.	Рассчитать показатели ассортимента товара (широта, полнота и т.д.) по конкретной группе товаров (на выбор)	<i>Рассчитали</i>
4.	Разработать анкету для изучения покупательского спроса на какой-либо товар или услугу	<i>Разработали</i>
5.	Провести анкетирование потребителей, проанализировать результаты	<i>Провели анкетирование</i>
6.	Составить отчет о выполненной работе на производственной практике. Оформить дневник. Представить характеристику с предприятия	<i>Составили отчет</i>

Характеристика учебной и профессиональной деятельности обучающегося во время  
производственную (по профилю специальности) практику

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 ПМ у 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 28 декабря 2021 г.

Оценка 5 (отлично)

Руководитель практики от предприятия

  
подпись

Подпись руководителя практики от ОУ

  
А.В.Павелко

  
Ф.И.О.

М.П.

## ХАРАКТЕРИСТИКА

### о прохождении производственной практики (по профилю специальности)

Студент(ка) Дерюга Вiana Владимировна СОТБ-19  
(ФИО студента) № курса/группы  
 проходил практику с 20 декабря 2021г. по 25 декабря 2021г.  
 на ООО "Чют"  
название предприятия  
 в подразделении кафе "Чют"  
название подразделения

За период прохождения практики студент посетил 6 дней, из них по уважительной 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:

Нарушений не выявлено

Студент(ка) не справился(ась) со следующими видами работ: св. работы  
выданы работ студенту справился успешно  
 За время прохождения практики Дерюга Вiana 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 ответственной, пунктуальной, организованной, добросовестной.

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: Практика выполнена успешно в полном объеме

Руководитель практики от предприятия

(подпись)

ФИО

Муратов Эдгар Муратович  
Обыть

М.П.

« 25 » декабря 20 21 года

	МИНОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ
	ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
	УЧРЕЖДЕНИЕ
	ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
	«Владивостокский государственный университет экономики и сервиса»
	Колледж сервиса и дизайна
	Владивосток, ул. Добровольского, 20

## ДНЕВНИК

Для прохождения производственной практики

По профессиональному модулю \_\_\_\_\_

ПМ.01 Управление ассортиментом товаров

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Студента 3 курса, группы СЭТБ-19

Дерюж Роман Владимирович

Ф.И.О студента

Специальность: 38.02.05 Товароведение и

экспертиза качества потребительских товаров

Владивосток 2021

ТЕХНИКА БЕЗОПАСНОСТИ

Вводный инструктаж

На ООО "Ует" (наименование предприятия)  
Фамилия, инициалы и должность лица, проводившего вводный инструктаж  
Дуриш В.А. Вет, директор  
Подпись лица, проводившего инструктаж

Подпись лица, получившего инструктаж  
Подпись

Дата «20» декабря 2021 г.

Обучение на рабочем месте

Фамилия, инициалы и должность лица, проводившего обучение на рабочем месте  
Дуриш В.А. Вет, директор  
Подпись лица, проводившего инструктаж

Подпись лица, получившего инструктаж  
Подпись

1. Ф.И.О. преподавателя - руководителя практики от ОУ  
Лавинко Анна Владимировна

2. Ф.И.О. руководителя практики от предприятия:  
Дуриш В.А. Вет, директор

3. Место практики  
ООО "Ует"  
г.Томский Калитин, ул. Фридрихса  
Компани, 29.

4. Период практики: с 20 декабря по  
25 декабря 2021 г.



