

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

ОТЧЕТ ПО ПРОИЗВОСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ (ПО ПРОФИЛЮ СПЕЦИАЛЬНОСТИ)

Специальность: 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров

ПМ 01 «Управление ассортиментом товаров»
период с «21» декабря по «27» декабря 2023 года

Студент группы СОВБ 21-1 _____ И.Н. Шивелева
подпись

Организация: «Дальневосточная розничная компания»

Руководитель практики _____ А.В. Павелко
подпись

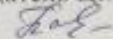
Отчет защищен;
с оценкой _____

Владивосток 2023

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

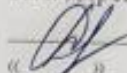
СОГЛАСОВАНО

Председатель ЦМК

 /А.В.Павелко /
« 07 » 11 2023 г.

УТВЕРЖДАЮ

Зам. директора по УПР

 /О.В.Дубровина /
« 07 » 11 2023 г.

ИНДИВИДУАЛЬНОЕ ЗАДАНИЕ
ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(по профилю специальности)

Студент (ка) Шивелева Ирина Николаевна
обучающийся (аяся) на 3 курсе, группа СОТВ-21-1,
по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
в объеме 36 часов
в период с «21» декабря 2023 г. по «27» декабря 2023 г.
в организации ООО "Дальневосточная розничная компания" 690091, г. Владивосток, ул. Авроровская, д.17, блок-секция 2-я, помещение 17

Виды и объем работ в период производственной практики:

№ п/п	Виды работ	Кол-во часов
ПМ.01 Управление ассортиментом товаров 36ч. с 21.12.2023 по 27.12.2023		
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 «14» декабря 2023 г.

Срок сдачи отчета по практике «27» декабря 2023 г.

Руководители практики от ОУ  /А.В.Павелко/

Содержание

Введение	3
1 Соблюдение требованиям техники безопасности и охраны труда	4
2 Производственная структура предприятия	5
3 Структура и объём продаж воды питьевой	8
4 Показатели ассортимента воды питьевой	9
5 Анкета для изучения покупательского спроса	12
5.1 Анализ анкетирования	13
Заключение	14
Список используемых источников	15
Приложение А	16

Введение

Производственная практика - практическая часть учебного процесса подготовки квалифицированных рабочих и специалистов, проходящая, как правило, на различных предприятиях в условиях реального производства. Производственная практика включает в себя практику по профилю специальности, в том числе педагогическую практику и преддипломную практику.

Практика по профилю специальности и педагогическая практика направлены на формирование у обучающихся общепрофессиональных и профессиональных компетенций, получение профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности, приобретение практического опыта.

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ.01 Управление ассортиментом товаров проходила в организации «ООО» «ДАЛЬНЕВОСТОЧНАЯ РОЗНИЧНАЯ КОМПАНИЯ» Авроровская ул, д. 17 2-я блок-секция, помещ. 17.

В течении производственной практики мной будут выполнены следующие задачи:

- соблюдать требования техники безопасности и охраны труда;
- ознакомиться со структурой и объёмом продаж;
- проанализировать структуру и объём продаж на предприятии;
- рассчитать показатели ассортимента товаров;
- провести анкету для изучения покупательского спроса на товар.

1 Соблюдение требованиям техники безопасности и охраны труда

До выезда на практику, я прошла вводный инструктаж по охране труда, получила задание, в том числе: дневник, аттестационный лист, характеристику.

Кроме вводного инструктажа я прошла первичный инструктаж на рабочем месте. В целях ознакомления с конкретной производственной обстановкой и особенностями безопасного выполнения каждого вида работ. Этот вид инструктажа при прохождении учебной практики проводят руководители практики в каждой группе. Непосредственно перед началом работ. Во время первичного инструктажа необходимо не только объяснить специфику предстоящей работы.

Перед началом практики необходимо отметиться у руководителя практики, в случае неявки на практику, доложить ему о причинах отсутствия.

Перед началом работы практикант при необходимости обязан надеть специальную защитную одежду. Застегнуть все пуговицы, не допускать свисающих завязок, шарфов, длинных волос. Не класть инструмент в карманы

При проведении практики и работы с оборудованием необходимо визуально проверить целостность электропроводов, розеток, защитных ограждений, проверить работоспособность кнопок включения. Убрать все лишние предметы, мешающие проведению работ.

При работе на компьютере и принтере необходимо ознакомиться с инструкцией по эксплуатации оргтехники.

При возникновении сбоя работы оборудования, отключения освещения, появления запаха гари, или ухудшения самочувствия немедленно сообщить непосредственному руководителю, работу прекратить.

Студенту запрещается

- самовольно включать любое незнакомое оборудование, приборы;
- производить ремонт любой техники, электропроводов, открывать защитные кожуха, выполнять работу, не связанную с планом практики.

Я соблюдала все требования техники безопасности и охраны труда.

2 Производственная структура предприятия

Под производственной структурой предприятия понимается состав образующих его участков, цехов и служб, формы их взаимосвязи в процессе производства продукции.

Главными элементами производственной структуры предприятия считаются рабочие места, участки, цеха

Корректное построение на предприятии зависит от типа производства и специализации, от номенклатуры и вида выпускаемых изделий, от особенностей технологических процессов.

Производственная структура малого предприятия отличается простотой, имеет минимум или не имеет вовсе внутренних структурных производственных подразделений, аппарат управления незначителен, широко применяется совмещение управленческих функций.

Структура средних предприятий предполагает выделение в их составе цехов, а при бесцеховой структуре — участков. Здесь создаются минимально необходимые для обеспечения функционирования предприятия собственные вспомогательные и обслуживающие подразделения, отделы и службы аппарата управления.

Крупные предприятия имеют в своем составе весь набор производственных, обслуживающих и управляющих подразделений.

Ключевые требования к эффективной производственной структуре:

- отсутствие повторяющихся производственных звеньев;
- удобное территориальное размещение производственных подразделений (иногда затраты на территориальное перемещение между подразделениями очень высокие, что нерационально с точки зрения потерь рабочего времени);
- рациональная специализация и кооперация производственных подразделений.

Производственные структуры различных предприятий сильно отличаются в зависимости от отраслевой принадлежности и типа производства. Чем более сложный производственный процесс предприятия, чем больше у него технологических особенностей, тем обширнее его производственная структура.

Основные факторы, влияющие на производственную структуру:

- технологические особенности изготовления продукции;
- масштаб производства;
- объем выпуска продукции и ее трудоемкость;
- особенности используемого оборудования и технологии производства.

Элементы производственной структуры

Рабочее место — это часть производственной площади, оснащенной необходимым оборудованием, инструментами и материалами для выполнения работником поставленной задачи. Рабочие места должны быть взаимосвязаны, чаще всего их размещают на производственном пространстве последовательно.

Виды рабочих мест в зависимости от числа исполнителей:

- индивидуальные (одно рабочее место — один исполнитель);
- коллективные (одно рабочее место — несколько исполнителей).

Организация рабочих мест должна соответствовать целому ряду технических требований персонала и требованиям корректных условий труда, поэтому рабочие места подлежат аттестации.

Все рабочие места подвергаются системе обслуживания:

- доставка материалов (инструментов);
- вывоз готовых изделий;
- наладка и ремонт оборудования;
- контроль качества продукции (осуществляет отдел технического контроля).

Рабочие места объединяют в производственные участки. За каждым участком закрепляют бригаду рабочих (7–12 человек) и начальника участка (старшего мастера, бригадира).

Бригады формируют исходя из специализации рабочих, то есть в одну бригаду включают рабочих одной и/или смежных профессий, занятых на однородных технологических процессах. Бригады могут формироваться и комплексно — из рабочих разных профессий для выполнения однородных технологических процессов.

Концентрация и специализация — принципы организации производственных участков. На основании этих принципов различают следующие виды производственных участков:

- технологический участок (специализация участка по видам работ). Для технологического участка характерны однотипные инструменты и оборудование, определенный (однородный) вид работы. Примерами технологических участков могут служить литейные, гальванические, термические, шлифовальные участки, участки токарных и фрезерных станков и др.

Технологическому участку свойственны высокая загрузка оборудования и высокая гибкость производства при освоении новой продукции или смене объектов производства. В то же время есть сложности с планированием, удлиняется производственный цикл, снижается ответственность за качество продукции. Технологический тип рекомендуется применять при выпуске большой номенклатуры изделий и при их невысокой серийности;

- предметный участок (специализация по видам продукции). Примеры предметных участков: участок конкретных деталей, участок валов, трансмиссий, редукторов и др. Предметному участку свойственна высокая концентрация всех работ в рамках одного участка (повышает ответственность исполнителей за качество выпускаемой продукции). Этот участок очень сложно перенастроить на другую продукцию при освоении нового вида или переориентации предприятия.

Предметный тип рекомендуется применять при выпуске одного или двух стандартных изделий, при большом объеме и высокой стабильности выпуска. При предметном типе обработка партии деталей может проходить параллельно на нескольких станках, выполняющих следующие друг за другом операции;

- предметно-замкнутый участок (специализация по видам продукции, осуществляется законченный цикл изготовления изделия). Здесь используют разнотипное оборудование, работают рабочие разных профессий. Предметно-замкнутый участок позволяет сократить длительность производственного цикла, упростить систему планирования и учета. Как правило, оборудование при предметно-замкнутом типе расставляют по ходу технологического процесса, в результате чего организуются простые связи между рабочими местами.

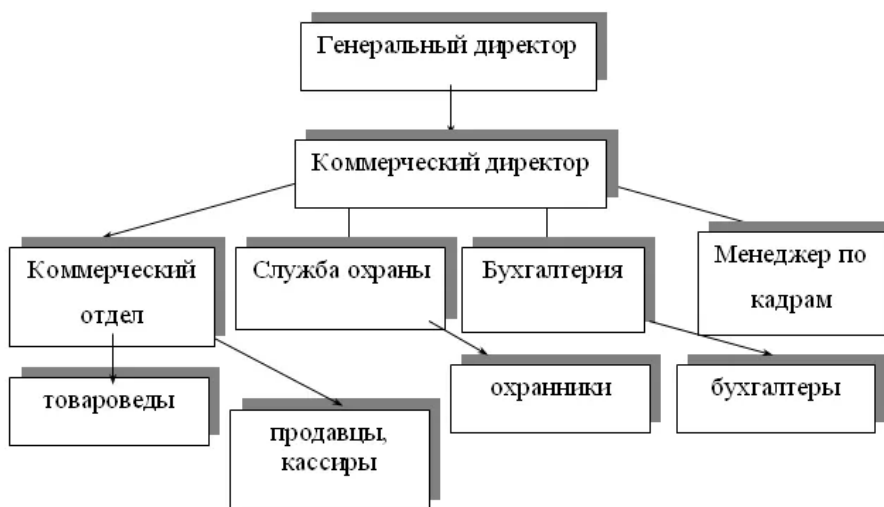


Рисунок 1- Производственная структура ООО «ДРК»

Так как магазин достаточно маленький его производственная структура не сложная и имеет такой вид (рисунок 1).

3 Структура и объём продаж на предприятии

Структура продаж — это расчет, который определяет долю каждого продукта, который продает бизнес, по отношению к общему объему продаж. Структура продаж важна, потому что некоторые продукты или услуги могут быть более прибыльными, чем другие, и если структура продаж компании меняется, ее прибыль также меняется.

Объем, который был продан, можно считать одним из важнейших показателей в работе всего предприятия, так как он открывает доступ к самым разным данным — что покупают, сколько, когда и так далее. На их основании можно сделать выводы относительно недостатков в работе фирмы и правильно спрогнозировать будущее.

Разные методы анализа объема продаж компании в розничной торговле помогают повысить эффективность работы любого предприятия, если ими правильно пользоваться. Это необходимая практика для каждого бизнеса, который планирует развиваться, а не стоять на месте. Когда предприниматель анализирует полученные значения, он видит перспективы развития. Становится гораздо легче определить, какой товар пользуется спросом, а какой закупать не требуется. Но для контроля прибыли советуем проводить сразу несколько разных расчетов.

Методом анализа продаж являются:

- КРІ - так называют основные индикаторы, которые покажут настоящую эффективность деятельности компании. С его помощью можно определить качество конкретного сотрудника, персонала целого отдела или всей организации. - АВС- эта методика отличается тем, что поможет выявить, какую долю занимает товар из всего объема продаваемых изделий. Его результаты помогают с легкостью определить, какие продукты хорошо продаются, а какие залеживаются на складах. Это дает возможность провести разработку более эффективного плана либо подтолкнет к пересмотру всего ассортимента.

Относительная величина структуры = часть целого / на целое x 100%.

Я взяла для расчета относительной величины структуры, питьевую воду. В магазине, в котором я прохожу практику общий объём продаж составляет 65 л. напитков. Продажа питьевой воды это 28 л. Из этого можно вычислить объём продаж воды питьевой в процентах, который составил:

$$\frac{28}{65} \times 100\% = 43\%$$

Объём продаж воды от общего объёма крайне высок, так как питьевая вода является повседневным товаром для покупки в спальном районе.

4 Показатели ассортимента воды питьевой

Показатель ассортимента — количественное или качественное выражение свойств ассортимента, при этом измерению подлежит количество групп, подгрупп, видов и наименований товаров.

Единицей измерения показателей ассортимента является наименование товара или товарный артикул, который может включать название вида или торговой марки.

Структура ассортимента — состав товарных групп и иных подразделений, входящих в ассортимент, а также количественное соотношение между ними. Иными словами, ассортиментная структура представляет собой процентное соотношение определенных совокупностей изделий к их общему количеству.

Она характеризуется удельной долей каждого вида или наименования товара в общем наборе.

Структура ассортимента может выражаться как в натуральных, так и в относительных показателях.

Полнота ассортимента — отношение числа фактического числа разновидностей товара (имеющегося в продаже) к базовому числу товаров. Из данного определения, мы можем сделать вывод, что полнота ассортимента дает представление о «насыщенности» товаров, имеющихся в продаже. Согласно договору поставки в продаже должно быть 80 артикулов бытовой химии. А поступило с фабрики только 54. Полнота ассортимента равна 67,5%.

Выражают полноту ассортимента через коэффициент полноты K_p ассортимента, который определяют по формуле:

$$K_p = V_f / V_n$$

где V_f — фактическое количество видов товаров на момент проверки, ед.; V_n — количество видов, предусмотренное ассортиментным перечнем, договором поставки, стандартами и пр., ед.

Широта ассортимента — количество наименований, товарных групп, то есть подразделений ассортимента.

Широта ассортимента определяется количеством товарных групп и оценивается коэффициентом широты:

$$K_{ш} = G_f / G_n$$

где G_f — количество групп товаров на момент определения, ед.;

G_n — общее количество групп товаров, ед.

Широта ассортимента бытовой химии:

$$\frac{11}{130} \times 100\% = 8\%$$

Глубина ассортимента — это количество торговых марок товаров одного вида, их модификаций или торговых артикулов.

Глубина ассортимента определяется числом разновидностей товаров по каждому наименованию. В общем смысле под глубиной товарного ассортимента в системе маркетинга принято понимать общее количество товарных позиций внутри каждой товарной линии (ассортиментной группе).

Коэффициент глубины — это отношение действительной глубины к базовой.

Коэффициент глубины ассортимента оценивают по формуле:

$$K_r = R_f / R_n$$

где R_f — фактическое количество разновидностей товаров на момент проверки, ед.;

R_n — количество разновидностей, предусмотренное ассортиментным перечнем, условиями договора, прейскурантами и т. п., ед.

Чем больше этот показатель, тем более полно представлен видовой ассортимент конкретного товара.

Разновидности глубины ассортимента:

1. Действительная глубина — это количество торговых марок или модификаций, имеющихся в наличии.

2. Базовая глубина — это количество торговых марок или модификаций, предлагаемых на рынке либо потенциально возможных для выпуска и принятых за основу для сравнения.

Для расчета глубины я взяла в пример ассортимент бытовой химии в магазине «Экспресс 24»:

Моющие средства: твёрдые, порошкообразные, жидкие.

Средство по уходу за кожей: средства для умывания, крема, лосьоны.

Пятновыводители: кислородные, отбеливающие, с энзимами.)

В магазине 3 вида бытовой химии — моющие средства, средство по уходу за кожей, пятновыводители. В каждом виде по 3 разновидности изделий. Глубина = $3 \times 3 = 9$.

Устойчивость ассортимента — это способность набора товаров удовлетворять потребности покупателей на товары повседневного спроса.

Устойчивость (стабильность) характеризует постоянное наличие товара соответствующего вида в продаже.

Коэффициент устойчивости — это отношение количества видов, разновидностей и наименований товаров, пользующихся устойчивым спросом у потребителей, к общему количеству видов, разновидностей и наименований товаров тех же однородных групп.

Коэффициент устойчивости K_u определяется по формуле:

$$K_u = 1 - (P'_{\phi 1} + P'_{\phi 2} + \dots + P'_{\phi n} / R_n \times n)$$

где $P'_{\phi 1}, P'_{\phi 2}, \dots, P'_{\phi n}$ — фактическое количество разновидностей (видов) товаров, из предусмотренных ассортиментным перечнем и отсутствующих в продаже в момент отдельных проверок, ед.;

R_n — количество разновидностей (видов) товаров, предусмотренное ассортиментным перечнем, ед.; n — количество проверок.

Коэффициент устойчивости ассортимента, как правило, определяется за конкретный период (месяц, квартал, год). Установлено, что оптимальный коэффициент устойчивости ассортимента должен выражаться следующими значениями: для универмагов — 0,80; для специализированных магазинов — 0,75. Устойчивость ассортимента бытовой химии:

$$\frac{7}{9} \times 100\% = 77\%$$

Изготовители и продавцы чаще всего стремятся расширить количество товаров, пользующихся устойчивым спросом, однако следует иметь в виду, что вкусы и привычки со временем меняются, поэтому устойчивость ассортимента должна быть рациональной.

Обновляемость ассортимента — способность ассортимента к замене составляющих его товаров на товары с более совершенствованными показателями потребительских свойств.

Новизна (обновление) ассортимента — это способность набора товаров удовлетворять изменившиеся потребности за счет новых товаров.

Новизна характеризуется действительным обновлением, т.е. количеством новых товаров в общем перечне; и степенью обновления, отношением количества новых товаров к общему количеству наименований товаров (действительной широте).

$$\text{Коэффициент новизны } (K_o): K_o = P_o / P_{\phi}$$

где P_o — количество новых разновидностей товаров, появившихся в момент проверки, ед.;

P_{ϕ} — среднее количество разновидностей, ед.

$$\frac{5}{11} = 0.45\%$$

Коэффициент новизны характеризует степень обновления ассортимента, появление новых изделий.

Следует отметить, что постоянное и повышенное обновление ассортимента для изготовителя и продавца связано с определенными затратами и риском, что они могут не оправдаться, поэтому обновление ассортимента также должно быть рациональным. Например, новый товар может не пользоваться спросом.

5 Анкета для изучения покупательского спроса

Покупательский спрос — это отношение между ценой определенного товара, который готовы купить потребители, и количеством приобретаемого товара за данную цену. Изучение покупательского и рыночного спроса представляет собой:

- сбор;
- обработку;
- анализ информации, которая поступает от потребителя продукта или услуги, то есть вашей целевой аудитории.

Существует множество способов сбора информации. Все они могут применяться в разных сферах жизни и бизнеса, имеют свои преимущества и недостатки, а также разновидности и нюансы применения.

Анкетирование — это метод исследования и первичного сбора информации у отдельного человека или группы людей, объединённых по определённому признаку. В основе этого способа — проведение опроса, раздача анкет с разными вопросами, касающимися личного мнения, событий, предпочтений и других возможных фактов. Простыми словами это опрос, который выполняется отвечающим человеком письменно или устно.

Нередко понятие «анкетирование» и «тестирование» приравниваются друг другу. Но суть и цель этих методов не одинаковы. Если тестирование используется для выявления уровня знаний, интеллекта или других умений и навыков, то анкетирование — это лишь метод сбора информации. Нередко данные, полученные таким способом, имеют общий характер и связаны с личными переживаниями, чувствами, мыслями опрашиваемого человека.

Анкетирование помогает изучить мнение потенциальной аудитории, а также решить массу задач. Например, определить перспективы и возможности по увеличению продаж конкретного продукта или товаров бренда, позволяет получить обратную связь от клиентов. Также анкетирование используется в науке, культуре, образовании, медицине, кадровой политике, а также во многих других случаях.

Среди основных преимуществ анкетирования перед другими видами сбора данных для исследований и составления статистики стоит отметить такие:

Практичность и доступность. Этот метод сбора данных считается одним из самых дешевых и простых среди социологических и маркетинговых исследований.

Универсальность. С помощью анкетирования можно собрать любой объём данных, включая очень большой. Вы можете работать лишь с одним человеком либо с десятками тысяч одновременно. Причем даже в случаях, когда они географически находятся далеко друг от друга.

Анонимность. Отвечающий на вопросы человек может сохранить в секрете свои личные данные, но при этом поможет в сборе информации.

Подготовка и проведение анкетирования не требует затраты большого количества времени.

Анкетирование можно применять в самых разных сферах (практически без ограничений).

Высокая скорость получения информации и удобная форма для её дальнейшей обработки и оценки.

Анализ результатов упрощается тем, что все анкеты имеют одинаковый перечень вопросов. И даже если человек отвечает на них не по порядку, он все равно даёт ответы на все из них или на большую часть, что значительно облегчает последующий анализ.

Но и минусы у анкетирования как метода исследования есть. И вот самые яркие из них: большой процент невозврата анкет при определённых способах распространения; некоторые вопросы отвечающий человек может понять не так, как это имелось ввиду составителем анкеты, что может повлиять на достоверность результатов исследования; достоверность полученных данных не всегда достаточна, чтобы сформировать чёткую картину.

5.1 Анализ анкетирования

Результаты анкетирования показали, что 70% людей покупают воду несколько раз в неделю, 20% каждый день и только 10% людей раз в месяц. Популярной маркой воды среди людей, прошедших анкетирование, оказалась «Славда» которая составила 65%, «Серебряный лотос» оказался вторым по популярности и составил 21%, «BonAqua» составил 10% и последним по популярности стала вода марки «Лотос». Также опрос показал, что, если цены на бутилированную воду поднимутся люди не перестанут её покупать, так как вода очень важный ресурс для человека и без него он не сможет жить.

Так же исходя из ответов людей, прошедших анкету. Было выявлено, что на факторы влияния воды по большей части влияют её упаковка. Упаковка является более важным фактором в покупке бутилированной воды (Приложение А).

Заключение

В заключении можно сказать, что весь период прохождения практики был насыщенным аналитической работой по различным пунктам деятельности компании. Эти сферы деятельности включали в себя не только систему управления персоналом, но также и экономические и финансовые вопросы функционирования компании на рынке. В ходе написания данного отчета о прохождении практики, автором были проанализированы и исследованы основные вопросы, связанные с системой управления персоналом.

Производственная практика по профессиональному модулю ПМ.01 Управление ассортиментом товаров проходила в организации «ООО» «ДАЛЬНЕВОСТОЧНАЯ РОЗНИЧНАЯ КОМПАНИЯ» Авроровская ул, д. 17 2-я блок-секция, помещ. 17.

В течении производственной практики мной была выполнена следующая работа:

- соблюдала требования техники безопасности и охраны труда;
- ознакомилась со структурой и объёмом продаж;
- проанализировала структуру и объём продаж на предприятии;
- рассчитала показатели ассортимента товаров;
- провела анкету для изучения покупательского спроса на товар;

Список используемых источников

1. Беляков, Г. И. Охрана труда и техника безопасности: учебник для среднего профессионального образования / Г. И. Беляков. — 5-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 740 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-17697-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533582> (дата обращения: 26.12.2023).

2. Кирильчук С. П. Экономика предприятия: учебник для среднего профессионального образования / С. П. Кирильчук [и др.]; под общей редакцией С. П. Кирильчук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 458 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15879-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/530594> (дата обращения: 26.12.2023).

3. Корнеева, И. В. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 436 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03565-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512882> (дата обращения: 26.12.2023).

4. Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 394 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-16956-0. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/532111> (дата обращения: 26.12.2023).

5. Бузукова, Е. А. Управление ассортиментом и основы категорийного менеджмента: учебник для среднего профессионального образования / Е. А. Бузукова. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 181 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-15602-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/520552> (дата обращения: 26.12.2023).

Приложение А

Анкета

Дата: 27.10.23

Приморский край г. Владивосток

Интервьюер: Шивелева Ирина Николаевна.

Здравствуйте!

Меня зовут Ирина. Я представляю организацию «П».

Хочу вам представить анкету для определения спроса бутилированной воды. Благодаря вашим ответам мы хотим узнать какая минеральная вода пользуется спросом, а какие требуют доработки (упаковка, вкус) для удовлетворения покупателей. За прохождения данной анкеты будут выданы купоны на данную группу товаров.

Пол (мужской, женский).

2. Возраст (до 18 лет, от 18 до 30 лет, от 30 до 50 лет, свыше 50 лет).

3. Социальное положение (рабочий, служащий, предприниматель, учащийся, домохозяйка, пенсионер)

Вопросы для изучения спроса:

1. Хотели бы Вы приобрести данный товар? (Да, нет).

2. Приобретете ли Вы товар по цене 108 руб.? (Да, нет).

3. Какое количество товара Вы хотите приобрести? (Укажите количество ____ штук или л).

4. Как часто Вы будете приобретать товар (нужное подчеркнуть):
А) ежедневно,
Б) один раз в неделю,
В) один раз в месяц,
Г) один раз в полгода,
Д) один раз в год,
Е) одна покупка.

5. Какая цена Вас устроит?

(Укажите цену ____руб.)

6. Какое количество товара вы хотите приобрести по Вашей цене? (Укажите количество ____штук или кг).

7. Как часто Вы будете приобретать товар по вашей цене (нужное подчеркнуть):

- А) ежедневно,
- Б) один раз в неделю,
- В) один раз в месяц,
- Г) один раз в полгода,
- Д) один раз в год,
- Е) одна покупка.

8. Почему Вы отказываетесь от покупки (нужное подчеркнуть):

- А) уже есть,
- Б) не нужен,
- В) не удовлетворяет качество,
- Г) не нравится цвет,
- Д) не нравится фасон,
- Е) не нравится форма,
- Ж) не нравится дизайн,
- З) не устраивает размер,

9. Какие марки воды вы больше предпочитаете?

- а) «Славда»
- б) «Серебряный источник»
- в) «Лотос»
- г) «BonAqua»

Характеристика

о прохождении производственной практики
(по профилю специальности)

Студент(ка) Шиберева Ирина Николаевна СДТБ 21-1
(ФИО студента) № курса/группы

проходил практику с 21 декабря 2023 по 27 декабря 2023
на ООО "Дальневосточная розничная компания"
название предприятия

в подразделении _____
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 правил техники безопасности.

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

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

За время прохождения практики Шиберева Ирина показал(а), что
Фамилия 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, высока/низкая степень сформированности умений в профессиональной деятельности.

В отношении выполнения трудовых заданий проявил(а) себя _____

ответственно

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

Результаты практики: процесс практики выполнен успешно в полном объеме

Руководитель практики от предприятия Ирина Сергеевна
(подпись) (ФИО)



27 декабря 2023 года

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

АТТЕСТАЦИОННЫЙ ЛИСТ ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ
(по профилю специальности)

Студентка — Шивелова Ирина Николаевна
обучающаяся на 3 курсе в группе СОТБ-21-1
по специальности 38.02.05 Товароведение и экспертиза качества потребительских товаров
успешно прошла производственную (по профилю специальности) практику по ПМ.01
Управление ассортиментом товаров
в объеме 36 часов
в период с «21» декабря 2023 г. по «27» декабря 2023 г.
в организации ООО «Дальневосточная розничная компания» 690091, г. Владивосток, ул.
Авроровская, д.17, блок-секция 2-я, помещение 17

Виды и качество выполнения работ

<u>Виды и объем работ, выполненных обучающимся во время практики</u>	<u>Качество выполнения работ в соответствии с технологией и (или) требованиями организации, в которой проходила практика</u>
Соблюдать требования техники безопасности и охраны труда. Ознакомиться с производственной структурой предприятия.	отлично
Ознакомиться со структурой и объемом продаж по конкретной группе товаров в данном торговом предприятии (на выбор).	отлично
Рассчитать показатели ассортимента товара (широта, полнота и т.д.) по конкретной группе товаров (на выбор)	отлично
Разработать анкету для изучения покупательского спроса на какой-либо товар или услугу	отлично
Провести анкетирование потребителей, проанализировать результаты	отлично
Составить отчет о выполненной работе на производственной практике. Оформить дневник. Представить характеристику с предприятия	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 27 декабря 2023 г.

Оценка _____



подпись практика от предприятия

подпись руководителя практики от ОУ

Л.И.И.
подпись

подпись

Л.И.И. С.
Ф.И.О.

А.В.Павелко
Ф.И.О.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Владивостокский государственный
университет»

Колледж сервиса и дизайна

ДНЕВНИК

Крозворотвенная

Вид практики: учебная практика/производственная практика

Ммвелева Ирина Николаевна

Фамилия, имя, отчество студента

Специальность: 38.02.05 Животноводение и
экспертиза качества потребительских товаров

Группа СОТ3211, курс 3

Профессиональный модуль ПМ.01 Упродвление
ассортиментом товаров

Владивосток 2024г

1. Ф.И.О. преподавателя - руководителя практики от ОУ

Анна Владимировна Павелко

2. Ф.И.О. руководителя практики от предприятия:

Юрий Евгеньевич Сергеев

3. Место практики ООО "Альпинеерское розничное
компания" 690091, г. Владивосток ул. Артемовская,
д. 14. Блок секции 1-3, помещение 14

4. Период практики: с 21.12.23 по 24.12.23

ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА ИНСТРУКТАЖА

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

1. Вводный инструктаж

Юрий Евгеньевич Сергеев

(ФИО и должность лица, проводящего вводный инструктаж)

Подпись Юрий Дата 21.12.23 г.

Инструктаж получил (а) и усвоил (а)

Подпись АД Дата 21.12.23 г.

2. Первичный инструктаж на рабочем месте

Юрий Евгеньевич Сергеев

(наименование участка, цеха, отдела и т.д.)

А. Инструктаж провел (а) Юрий Евгеньевич Сергеев

(мастер, фамилия, имя, отчество)

Подпись Юрий Дата 21.12.23 г.

Б. Инструктаж получил (а) и усвоил (а)

Подпись АД Дата 21.12.23 г.

3. Разрешение на допуск к работе

Разрешено допустить к самостоятельной работе

Андрею Николаевичу

по специальности Поварово-кондитерское производство

срок действия до 24.12.23

Дата 21.12.23 г. Начальник цеха (отдела) Юрий (подпись)

ПАМ'ЯТКА

студенту, убывающему на практику

Перед началом практики

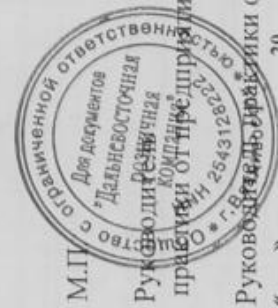
1. Студент перед началом практики обязан принять участие в организационном собрании по практике.
2. Получить дневник, структуру отчета, индивидуальное задание и направление на практику.
3. Заполнить в течение собрания под руководством руководителя практики от учебного заведения соответствующие разделы 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 36/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, индивидуальный задание руководителю практики по месту работы, заверить подписями и печатами 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.

[illegible]

Руководитель фракции от ОУ _____