

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Красноярский государственный аграрный университет»

В.В. Матюшев, И.А. Чаплыгина, Н.О. Васильева

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

*Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль «Товароведение и экспертиза
продовольственных товаров»*

Методические указания

Электронное издание

Красноярск 2019

Рецензент

Л.Ф. Сендерская, директор ООО Агропромышленный холдинг
«Казацкая вольница»

Матюшев, В.В.

Производственная преддипломная практика [Электронный ресурс]: метод. указания / *В.В. Матюшев, И.А. Чаплыгина, Н.О. Васильева*; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2019. – 50 с.

Методические указания содержат рекомендации по организации работы студентов при прохождении производственной преддипломной практики.

Предназначено для студентов всех форм обучения по направлению подготовки бакалавров 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров».

Печатается по решению редакционно-издательского совета
Красноярского государственного аграрного университета

© Матюшев В.В., Чаплыгина И.А.,
Васильева Н.О., 2019

© ФГБОУ ВО «Красноярский государственный
аграрный университет», 2019

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
1 Место преддипломной практики в структуре производственных практик	5
2 Форма, место и время проведения практики	6
3 Цели и задачи преддипломной практики	7
4 Требования к результатам прохождения практики	7
5 Структура и содержание практики	13
6 Права и обязанности сторон при прохождении практики	15
7 Требования к содержанию и оформлению дневника практики	16
8 Структура и подготовка отчета по практике	17
9 Требования к оформлению отчета по практике	21
10 Критерии оценки отчета по практике	29
11 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики	31
Заключение	35
Приложение А. Форма титульного листа отчета преддипломной практики	36
Приложение Б. Примерные темы индивидуальных заданий	37
Приложение В. Организационно-правовая характеристика торгового предприятия	39
Приложение Г. Таблицы к подразделу «Анализ основных экономических показателей и материально-технического обеспечения коммерческой деятельности организации»	46

ВВЕДЕНИЕ

Проведение производственных практик предусмотрено федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр»).

Способы проведения производственной практики – стационарная и выездная.

Производственная практика проводится в структурных подразделениях организации в соответствии с рассматриваемыми вопросами программы практики.

Производственная практика призвана:

- создать условия и всемерно содействовать студентам в их практической работе по приобретению производственных навыков, знаний и умений;

- способствовать аналитической работе студентов по сопоставлению приобретенных теоретических знаний с производственно-торговой и вспомогательными видами деятельности конкретной организации;

- способствовать формированию общего представления студентов о будущей профессиональной деятельности;

- содействовать развитию интереса студентов к профессии;

- сформировать целостное представление о содержании, видах и формах профессиональной деятельности;

- формировать практические навыки работы по направлению подготовки в соответствии с областями профессиональной деятельности;

- развивать умение обосновывать и принимать самостоятельные решения на конкретных предприятиях работы в реальных условиях;

- способствовать выработке и принятию корректирующих воздействий на производственную (образовательную, научную) деятельность выпускающей кафедры и университета;

– способствовать формированию информационных баз данных.

В учебном плане подготовки бакалавров очной и заочной формы обучения по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» в блок производственных практик входят «Технологическая практика», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Научно-исследовательская работа» и «Преддипломная практика».

Организуют, руководят прохождением практики и принимают комиссией зачет с оценкой на основе составленных обучающимися отчетов преподаватели кафедры «Товароведение и управление качеством продукции АПК».

1 Место преддипломной практики в структуре производственных практик

Преддипломная практика является частью блока «Практики» подготовки студентов по направлению 38.03.06 «Торговое дело», профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров». Практика реализуется в Институте пищевых производств кафедрой «Товароведение и управление качеством продукции АПК».

Общая трудоемкость освоения преддипломной практики составляет 3 зачетных единицы, 108 часов, 2 недели.

Программой преддипломной практики предусмотрены следующий вид контроля: промежуточный в форме зачета с оценкой.

Требования к организации практики определяются федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования. Организация практики на всех этапах должна быть направлена на обеспечение непрерывности и последовательности овладения студентами профессиональной деятельностью в соответствии с требованиями к уровню подготовки выпускника.

Преддипломная практика проводится для приобретения студентами практических навыков работы по направлению подготовки, формирования умений принимать самостоятельные решения на конкретных участках работы в реальных условиях, формирования у студентов целостного представления о содержании, видах и формах профессиональной деятельности.

Для успешного прохождения практики обучающиеся используют знания, умения, сформированные в ходе изучения дисциплин «Коммерческая деятельность», «Теоретические основы товароведения», «Стандартизация», «Метрология и сертификация», «Правовое регулирование профессиональной деятельности», «Экономическая теория», «Экономика организации», «Статистика», «Организация торговых предприятий», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Товароведение и экспертиза однородных групп продовольственных товаров», «Теоретические основы товароведения», «Теоретические основы экспертизы», «Товарная информация», «Технологическое оборудование предприятий отрасли», «Маркетинг» и др.

2 Форма, место и время проведения практики

Преддипломная практика проводится в форме самостоятельной практической деятельности студента, как правило, на рабочих местах всей цепи торгово-технологического процесса под контролем сотрудников в отделах и структурных подразделениях в соответствии с направлением подготовки бакалавров.

Преддипломную практику студенты проходят в сторонних организациях.

Способы проведения практики: стационарная и выездная.

Объектами преддипломной практики могут быть предприятия (организации) и учреждения различных форм собственности и правового статуса, количественных параметров, осуществляющие коммерческую (торговую) и производственно-коммерческую (сбытовую) деятельность.

Это могут быть: индивидуальные предприниматели, хозяйственные и акционерные общества, объединения, ассоциации, концерны, холдинги, финансово-промышленные группы и т. д.

Базовые предприятия для студентов должны отвечать следующим требованиям:

- соответствовать направлению и профилю подготовки бакалавра;
- иметь организационно-правовую форму (быть юридическим лицом);
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студента со стороны предприятия;

- иметь материально-техническую и информационную базу с инновационными технологиями;
- иметь возможность предоставить студенту внутреннюю бухгалтерскую, плановую, коммерческую, экономическую информацию и отчетность.

Направление студентов на предприятие для прохождения преддипломной практики осуществляется на основании договора с предприятием и оформляется приказом по вузу.

Сроки проведения практики устанавливаются с учетом теоретической подготовленности студентов, в соответствии с учебным планом направления и графиком учебного процесса. Продолжительность преддипломной практики – 2 недели. Время проведения: после окончания аудиторных занятий в 8-м семестре.

3 Цели и задачи преддипломной практики

Цель данного вида практики: систематизация, закрепление и интегрирование теоретических знаний, полученных студентами в результате изучения дисциплин учебного плана; приобретение опыта самостоятельной профессиональной деятельности в коммерческих и товароведных технологических процессах торговых организаций, приобретение соответствующих компетенций; приобретение опыта работы по избранной специальности.

Задачи практики:

- закрепление полученных в процессе обучения знаний, отработка умений и навыков коммерческой работы в предприятиях торговли;
- сбор и анализ информации (практических материалов) о различных аспектах деятельности предприятия торговли, необходимой для подготовки выпускной квалификационной работы.

4 Требования к результатам прохождения практики

Процесс прохождения практики направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП по данному направлению подготовки:

ОК-1 – способность использовать основы философских знаний, анализировать главные этапы и закономерности исторического развития для осознания социальной значимости своей деятельности;

ОК-2 – способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;

ОК-3 – способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия;

ОК-4 – способность работать в команде, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОК-5 – способность к самоорганизации и самообразованию;

ОК-6 – способность использовать общеправовые знания в различных сферах деятельности;

ОК-8 – готовность пользоваться основными методами защиты производственного персонала и населения от возможных последствий аварий, катастроф, стихийных бедствий;

ОК-9 – владение культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОК-10 – готовность к выполнению гражданского долга и проявлению патриотизма;

ОПК-1 – способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности; способность применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;

ОПК-3 – умение пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовность к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов;

ОПК-4 – способность осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической); способность применять основные методы и средства получения, хранения, переработки информации и работать с компьютером как со средством управления информацией;

ОПК-5 – готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления;

ПК-1 – способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству;

ПК-2 – способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери;

ПК-3 – готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК-4 – способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации;

ПК-5 – способность управлять персоналом организации (предприятия), готовность к организационно-управленческой работе с малыми коллективами;

ПК-6 – способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение;

ПК-7 – способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;

ПК-8 – готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;

ПК-9 – готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации;

ПК-10 – способность проводить научные, в том числе маркетинговые, исследования в профессиональной деятельности;

ПК-11 – способность участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

ПК-12 – способность разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий;

ПК-13 – готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной);

ПК-14 – способность прогнозировать бизнес-процессы и оценивать их эффективность;

ПК-15 – готовность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем в торговых организациях, способность управлять логистическими процессами и изыскивать оптимальные логистические системы.

В результате преддипломной практики студент должен:

знать

– организационно-правовые формы предприятий, их ресурсы, экономические показатели деятельности предприятий, анализ и оценку эффективности финансово-хозяйственной организации (предприятия);

– статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности;

– учетную политику организации, бухгалтерский учет расчетов, основных средств, нематериальных активов и других объектов;

– средства и методы маркетинга, маркетинговую среду и ее анализ, маркетинговые исследования, организацию деятельности маркетинговых служб;

– сферы применения, объекты, субъекты, методологические основы коммерческой деятельности, ее составляющие элементы, договоры в коммерческой деятельности, ее государственное регулирование и контроль;

– нормативно-правовую базу стандартизации, метрологии, деятельности по оценке и подтверждению соответствия;

– ассортиментные, квалиметрические, количественные характеристики товаров; классификацию укрупненного ассортимента потребительских товаров, обеспечивающие их факторы;

– виды товарных потерь, причины их возникновения, порядок списания, меры предупреждения и сокращения;

– виды, формы, средства товарной информации, ее правовую базу;

– концепции, методы и функции логистики; контроль и управление в логистике, особенности логистики в торговле;

– цели, объекты, субъекты профессиональной деятельности, договоры в профессиональной деятельности, внедоговорные обязательства, правовую охрану собственности и правовую защиту интересов субъектов профессиональной деятельности, ее государственное регулирование и контроль;

– цели, объекты, субъекты, сферу применения, правовое регулирование рекламной деятельности; виды и формы рекламы; организацию рекламных кампаний и акций, оценку их эффективности;

– виды, типы, функции торговых предприятий и управление торгово-технологическим процессом; организацию труда и управление на предприятиях, принципы, нормы и методы проектирования торговых предприятий, охрану труда персонала;

– интеграцию информационных технологий в коммерческой, маркетинговой, логистической, рекламной и товароведной деятельности, электронно-платежные системы;

уметь

– определять ресурсы предприятия, экономические показатели его деятельности;

– применять статистические методы оценки и прогнозирования коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельности;

– проводить учет товаров и материальных ценностей; оценивать и анализировать финансовые возможности предприятий;

– выявлять, формировать и удовлетворять потребности, применять средства и методы маркетинга, анализировать маркетинговую среду организации и конъюнктуру рынка;

– выбирать поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их соблюдение, осуществлять анализ, планирование, организацию, учет и контроль коммерческой деятельности, прогнозировать ее результаты;

– применять действующее законодательство в профессиональной деятельности бакалавров коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;

– ориентироваться в вопросах управления предприятием, его материальными ресурсами, финансами, персоналом;

– формировать ассортимент, оценивать качество, учитывать формирующие и регулировать сохраняющие товары факторы, получать товарную информацию об основополагающих характеристиках;

тиках товара из маркировки и товарно-сопроводительных документов;

- применять техническое и метрологическое законодательства, работать с нормативными документами, распознавать формы подтверждения соответствия, различать международные и национальные единицы измерения;

- составлять рекламные сообщения, выбирать носители рекламы с учетом финансовых возможностей организации и целесообразности, организовывать рекламные акции, оценивать их эффективность;

- выбирать логистические цепи и схемы, управлять логистическими процессами компании;

- применять методы сбора, хранения, обработки и анализа информации для организации и управления коммерческой, маркетинговой, логистической, товароведной и рекламной деятельностью;

- использовать информационные компьютерные технологии в профессиональной деятельности;

владеть

- аналитическими методами для оценки эффективности коммерческой, товароведной, маркетинговой, логистической и рекламной деятельности на предприятиях;

- методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; сбора, обработки и анализа маркетинговой информации; умениями проводить маркетинговые исследования;

- методами и средствами управления логистическими процессами;

- умениями и навыками документационного и информационного обеспечения коммерческой, маркетинговой, товароведной, логистической и рекламной деятельности организации;

- опытом работы с действующими федеральными законами, нормативными и техническими документами, необходимыми для осуществления профессиональной деятельности;

- умениями вести деловые переговоры;

- осуществлять выбор каналов распределения, поставщиков и торговых посредников, заключать договоры и контролировать их исполнение;

- навыками работы с товарами разного назначения, а также с нормативными и техническими документами по оценке и подтверждению соответствия обязательным требованиям;

- умениями применять принципы и методы менеджмента в профессиональной деятельности.

5 Структура и содержание практики

Общая трудоемкость преддипломной практики составляет 3 зач. ед. (108 ч) – 2 недели, их распределение по видам работ представлено в таблице 1.

Таблица 1 – Тематический план

Раздел (этап) практики	Содержание работ	Часов
	Производственный инструктаж, в т. ч. по технике безопасности	
Подготовительный	Общая характеристика предприятия и его организационно правовой формы. Организационная структура управления предприятием	2
Производственный	Экономическое и финансовое состояние предприятия	8
	Исследование и оценка информационного обеспечения торговой деятельности	33
	Изучение основных направлений торговой деятельности	16
	Формирование заключения по практике по предприятию, по организации практики	30
Анализ и обобщение информации, выводы и рекомендации	Написание отчета по практике и оформление индивидуального задания, утверждение отчета у руководителя практики от предприятия	5
Подготовка отчета	Подготовка к защите и защита отчета (зачет с оценкой)	5
Промежуточный контроль		9
Итого		108

Организационный этап осуществляется до начала практики и включает:

– выбор торгового предприятия, на котором будет проходить практику бакалавр. При этом обучающийся сам определяется с местом прохождения практики на основе своей заинтересованности в дальнейшем трудоустройстве и (или) для продолжения ранее начатых практических работ при прохождении преддипломной практики и взаимоотношений с предприятием;

– бакалавр заключает договор на прохождение практики (если такового ранее не было);

– руководитель практики от кафедры согласовывает базы практик, разрабатывает индивидуальные задания, подготавливает проект приказа на практику, формирует комплект документов, устанавливает график консультаций.

Подготовительный этап проводится в вузе и на торговом предприятии и заключается в проведении различного рода инструктажей, в том числе по технике безопасности, прохождении медицинской комиссии и оформлении медицинской справки установленного образца (если это требуется по месту прохождения практики); получении на кафедре программы практики, дневника практики.

Бакалавру вручается перечень документов, которые необходимо взять с собой: паспорт, студенческий билет.

Практиканты обеспечиваются необходимым комплектом методических материалов (выписка из приказа по практике (при необходимости – письмо руководителю предприятия)), дневник, положение о практике, программа практики, учебно-методические пособия и др.).

С бакалаврами проводится инструктаж по ведению дневника практик, в котором в графике прохождения практики должно быть учтено время на составление отчета и его защиту.

Производственный этап включает:

– сбор информации по направлениям профессиональной деятельности;

– выполнение индивидуального задания.

На этом этапе осуществляется знакомство бакалавра с предприятием и трудовым коллективом, индивидуальной тематикой, кругом задач, которые необходимо решить за время прохождения практики.

При этом предусмотрены следующие учебные технологии:

– индивидуальная работа или работа в группах под руководством руководителя;

– самостоятельная работа на технологических операциях;

– беседы с сотрудниками предприятия разных подразделений;

– консультации с руководителем от института, в том числе в режиме удаленного доступа;

– сбор и обработка информации с использованием современных информационных технологий;

– использование прикладных программных средств с использованием персональных компьютеров при обработке данных и оформлении отчета.

Анализ и обобщение информации, выводы и рекомендации

На этом этапе рекомендуется анализировать и обобщать полученный материал таким образом, чтобы в дальнейшем его было удобно использовать при подготовке отчета по практике и в дальнейшем в выпускной квалификационной работе.

6 Права и обязанности сторон при прохождении практики

Практика проходит под контролем руководителя практики от кафедры и от предприятия.

Обязанности руководителя практики от института:

- обеспечение организации, планирования и контроля прохождения практики;
- утверждение индивидуальных планов работы на практике;
- осуществление систематического контроля за ходом практики и работой студентов;
- консультирование и оказание помощи по вопросам, связанным с прохождением практики и оформлением отчета;
- сбор и проверка отчетной документации о прохождении преддипломной практики;
- промежуточная аттестация по результатам прохождения преддипломной практики;
- представление сведений об итогах практики в дирекцию института;
- организация и проведение установочного собрания и защиты практики;
- оформление заключения руководителя практики от университета о выполнении индивидуального задания.

Обязанности руководителя от предприятия:

- осуществление непосредственного руководства работой студента в период прохождения практики в соответствии с заключенным договором на прохождение практики;
- ежедневная проверка и подпись дневника студента-практиканта;
- оформление отзыва руководителя практики от предприятия.

Права и обязанности студента-практиканта

Обучающийся обязан:

- оформить договор с организацией на проведение практики;
- полностью выполнять задания, предусмотренные программой практики;
- подчиняться действующим на предприятии, в учреждении, организации правилам внутреннего трудового распорядка;
- изучить и строго соблюдать правила охраны труда, техники безопасности и производственной санитарии;
- участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры;
- вести дневник практики;
- сдать отчет руководителю практики в установленный срок.

Обучающийся имеет право:

- получить полную информацию об организации практики от преподавателя – руководителя практики от университета;
- выбрать тему индивидуального задания по согласованию с руководителем практики.

7 Требования к содержанию и оформлению дневника практики

Во время прохождения практики студент должен вести дневник, в который им ежедневно вносятся краткие записи о выполненной работе.

В дневнике описывается выполненная за день работа, указывается, в какой форме она была исполнена (самостоятельно, под наблюдением руководителя практики от предприятия, на основе изучения архивных материалов и т. д.). В дневнике записывается также присутствие на производственных совещаниях, научно-исследовательская работа в период практики.

Записи в дневнике ежедневно проверяются и подписываются непосредственным руководителем практики от предприятия. Руководитель практики от университета должен контролировать правильность оформления и соответствия выполняемых работ заданию практики. Дневник должен быть оформлен в соответствии с установленными в вузе требованиями.

8 Структура и подготовка отчета по практике

Отчет по преддипломной практике состоит из следующих разделов:

- Титульный лист (приложение А).
- Содержание.
- Введение (излагаются основные цели и задачи практики).
- Основная часть.
- Заключение (краткие выводы по результатам практики).
- Список использованных источников.

В *основной части отчета* раскрывается содержание индивидуального задания (в соответствии с темой бакалаврской работы, утвержденной приказом). Примерный перечень тем приведен в приложении Б. Основная часть состоит из 2 разделов.

В **первом разделе** студент самостоятельно проводит анализ и систематизацию литературы с целью раскрытия поставленной темы. При анализе литературы следует рассмотреть различные точки зрения по изучаемому вопросу и обосновать свою точку зрения, выбрать предпочтительный подход.

Обзор литературы должен быть четким, с логической последовательностью материала, раскрывающего тему; с указанием ссылок на авторов и обязательным использованием периодической литературы за последние 5 лет. Используемые нормативные документы должны быть актуальны.

Содержание раздела по темам коммерческого или организационно-технологического плана включают три подраздела.

В *первом подразделе* дается характеристика сущности коммерческой деятельности рассматриваемой социально-экономической системы или организации деятельности предприятия, значимости торгового-технологического оборудования в организации торговой деятельности и т. п.

Во *втором подразделе* рассматривается содержание предмета исследования (сбыт, управление торговой организацией, методы продажи или хранения товаров, розничная и оптовая торговля, торгово-технологическое оборудование и т. п.), его развитие в современных условиях. Здесь же рассматриваются меры государственного воздействия на предмет исследования, обязательные или общепринятые нормативы и подходы, российский и зарубежный опыт, инновации к формированию предмета. Необходимо показать влияние предмета

исследования (ассортимента, системы подбора и стимулирования сотрудников и т. п.) на результат коммерческой деятельности.

В третьем подразделе приводятся методики расчета, оценки показателей социально-экономической эффективности предмета исследования.

Теоретическая часть индивидуального задания по товароведной теме может включать следующие подразделы.

Состояние российского рынка изучаемого товара в рассматриваемый период. Следует учитывать следующие вопросы:

- современные тенденции в развитии ассортимента и качества конкретной группы продовольственных товаров;
- характеристику отечественных производителей и зарубежных импортеров;
- состояние мирового и отечественного потребительского рынка конкретной группы товаров, основные тенденции его развития;
- нормы потребления и обеспеченность населения группой товаров в России (в т. ч. в Красноярском крае) и за рубежом.

Классификация и новые направления в ассортименте исследуемого товара. Рассматривается товароведная классификация товара, новый ассортимент и сортамент продукции, реализуемой на рынке с обязательным использованием нормативных документов (технические регламенты Таможенного союза, технические регламенты РФ, государственные стандарты, технические условия и т. п.).

Пищевая ценность и химический состав продукта (если объектом изучения является продовольственный товар, имеющий инновационный состав, определяющий результаты исследования).

Факторы, формирующие качество пищевого продукта, с акцентом на влияние особенностей состава и свойств сырья и процессов производства на качество и сохраняемость готового продукта. Не допускается простое перечисление сырья в соответствии с соответствующим ГОСТ или ТУ.

Факторы, сохраняющие качество товара. Рассматривается влияние вида упаковочных материалов, способов упаковывания товара; условий и сроков хранения и транспортирования на изменения качества товара.

Требования, предъявляемые к качеству и безопасности товара. Характеристика органолептических и физико-химических показателей качества, как регламентируемые нормативными документами, так и дополнительные, которые имеются в литературе и позволяют оце-

нить свойства, состав, качественные, дегустационные или иные характеристики продукта, его технологические особенности. Показатели безопасности товара, способы и методы выявления фальсификации товара, виды и причины возникновения дефектов и т. д.

Теоретические аспекты идентификация и фальсификации. Перечень показателей идентификации изучаемой группы товаров, способов фальсификации и методов ее обнаружения с указанием их преимуществ и недостатков.

Конкурентоспособность товара. Раскрыть особенности и методы конкурентоспособности оценки продовольственных товаров.

Во втором разделе дается общая характеристика предприятия. Результатом этой части организационно-коммерческих заданий является выявление проблемных участков, недостатков в выполнении функций, не соблюдении обязательных требований, оказывающих влияние на результат коммерческой деятельности, или выявление неиспользованных возможностей развития предприятия.

Обязательными подразделами отчета являются:

Организационно-правовая характеристика предприятия торгового предприятия. Приводится организационно-правовая форма, дата регистрации; величина и источники образования уставного капитала; вид экономической деятельности; режим работы; место нахождения (юридический адрес); организационная структура предприятия; схема управления предприятием. Необходимо определить место коммерческой службы и/или специалистов, в том числе товароведов, в структуре управления предприятием, установление соподчиненности и функций; распределение функций между отдельными подразделениями и сотрудниками.

Указать и кратко охарактеризовать вид и тип торгового предприятия, тип торгового объекта, опираясь на информацию не только из учебников, но и ГОСТ. Если договорная работа не является предметом работы, то в этом подразделе целесообразно охарактеризовать количество, условия и предмет договоров предприятия, в том числе на поставку товаров, с указанием организаций (предприятий), оказывающих услуги (приложение В).

Конкурентоспособность торгового предприятия. Осуществляется оценка конкурентоспособности экспертным методом для выявления сильных и слабых сторон предприятия по коммерческим и организационным условиям по отношению к основным и потенциальным конкурентам в данном рыночном пространстве (территории, то-

варном рынке). Если практика проходит на складе, оптовой базе, коммерческом отделе производственного предприятия, также может быть проведен анализ конкурентоспособности, но с учетом интересов покупателей (не физических лиц, а предпринимательских структур) и выбором иной номенклатуры показателей.

Анализ основных экономических показателей и материально-технического обеспечения коммерческой деятельности организации. В период прохождения практики собираются сведения и составляется таблица «Основные показатели деятельности предприятия торговли в 20_ – 20_ гг.» (таблица Г.1). По данным этой таблицы делается анализ и соответствующие выводы, дается оценка деятельности предприятия торговли в текущем (отчетном) году.

Для формирования перечня показателей и их значений используют: бухгалтерский баланс (форма № 1); отчет о финансовых результатах (форма № 2); книга учета доходов и расходов или иные данные, предоставленные владельцем бизнес-процесса.

Для полной характеристики коммерческой деятельности предприятия по таблице Г.1 следует указать показатели, изменившие результаты за год, выявить факторы, вызвавшие положительные (отрицательные) изменения, попытаться определить причину.

Подраздел включает анализ социально-экономических показателей, относящихся непосредственно к исследуемому предмету. Количество аналитических показателей зависит от организационно-правовой формы, системы налогообложения предприятия, согласовывается с руководителем практики от института и руководителем ВКР. В зависимости от индивидуального задания помимо таблицы Г.1 могут быть построены иные таблицы (таблицы Г.2–Г.5), а рекомендованные дополнены или сокращены.

Обязательной составной частью является характеристика материально-технической базы предприятия в денежных единицах и/или в натуральных, включающая следующие элементы:

- характеристика предприятия торговли по определенным признакам (место расположения (отдельно стоящее, совмещенного типа, встроенное, встроенно-пристроенное), капитальность, материал стен и конструктивных элементов, этажность и иные конструктивные особенности);

- план здания (магазина) и торгового зала (склада), выполненный в графических программах (редакторах) ПЭВМ;

– площадь торгового предприятия, в том числе в разрезе ее назначений и соблюдений рекомендуемых соотношений (общая / торговая) в зависимости от особенностей предприятия. Выявить недостатки с позиций организации торгового процесса, нарушений условий труда работников;

– перечень основных видов оборудования, расчетные значения установочной, экспозиционной площади, емкости оборудования;

– источники поступления товаров. Дается краткая характеристика поставщиков по географическому признаку, доле в общем объеме поставок; следует охарактеризовать посредника, условия и сроки поставки, организацию договорной работы. Результаты оформляются в виде таблиц или диаграмм.

Заключение, в котором приводятся основные результаты изученных технологических процессов, отмечаются выявленные несоответствия.

Список литературы.

Приложения, в которые включаются дополнительные справочные материалы.

9 Требования к оформлению отчета по практике

При оформлении отчета по практике студент соблюдать требования государственных стандартов к представлению текстового материала (ГОСТ 2.105-95 «ЕСКД. Общие требования к текстовым документам»), иллюстраций, таблиц и формул (ГОСТ 7.32-2017 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Отчет о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»), а также к составлению списка использованных источников (ГОСТ 7.1-2003 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления»), ГОСТ 7.82-2001 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления») и библиографических ссылок на источники информации (ГОСТ Р 7.0.5-2008 «Система стандартов по информации, библиотечному и издательскому делу. Библиографическая ссылка. Общие требования и правила составления»).

Файл должен быть подготовлен в текстовом редакторе, при этом должны быть установлены следующие **параметры документа**:

- формат страницы (Файл / Параметры страницы / Размер бумаги) – А4;
- поля (Файл / Параметры / Поля): левое – 30 мм, верхнее и нижнее – 20 мм, правое – 15 мм;
- шрифт – Times New Roman;
- размер шрифта основного текста – 14 пт;
- размер шрифта сносок, таблиц, приложений – 12 пт;
- межстрочный интервал (Формат/Абзац) – полуторный;
- абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и равен 1,25 см.

Нумерация страниц должна быть арабскими цифрами, сквозной по всему тексту. Страницы текста нумеруются, начиная с титульного листа. На титульном листе номер страницы не проставляется. Номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки. Иллюстрации и таблицы, расположенные на отдельных листах, включают в общую нумерацию.

Текст отчета должен быть кратким, четким и не допускать различных толкований. Если в тексте принята особая система сокращений слов и наименований, то перечень таких сокращений приводится в конце текста. Наименования и обозначения в тексте и на иллюстрациях должны совпадать. При первом упоминании в тексте наименования организации, документа или какого-либо предмета, имеющих сокращенное обозначение (аббревиатуру), это наименование приводится полностью, а в скобках – его аббревиатура.

Единица физической величины одного и того параметра должна быть одинаковой в пределах всего текста, если оборот розничной торговли организации в начале текста оценивался в миллионах рублей (*например*: более 40 млн руб.), то в другой части текста этот показатель должен оцениваться в тех же единицах.

При указании пределов изменения величины ставится многоточие (*например*: 50...70 млрд руб.), если изменение происходит в пределах от отрицательной величины до положительной величины, то применяются предлоги «от» и «до» (*например*: температура воздуха изменится от минус 1 до плюс 5 °С).

Для изложения содержания и логической последовательности заданий отчета целесообразно употреблять конструкции неопределенно-личных отношений (*например*: Для исследования

спроса вначале определяют необходимую численность выборки ...); форму изложения от третьего лица (*например*: Автор полагает ...); предложения со страдательным причастием (*например*: Получен доход ...). Подобные конструкции избавляют от необходимости вводить в текст работы личные местоимения («я», «мы») и выражения авторства.

Иллюстрации. Иллюстрации (графики, схемы, компьютерные распечатки, диаграммы, фотоснимки) следует располагать в работе непосредственно после текста, в котором они упоминаются впервые, или на следующей странице. Иллюстрации могут быть в компьютерном исполнении, в том числе и цветные.

На все иллюстрации должны быть даны ссылки. Иллюстрации, за исключением иллюстраций приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

Если рисунок один, то он обозначается «Рисунок 1». Слово «рисунок» и его наименование располагают посередине строки. Допускается нумеровать иллюстрации в пределах раздела. В этом случае номер иллюстрации состоит из номера раздела и порядкового номера иллюстрации, разделенных точкой. Например: Рисунок 1.1.

Иллюстрации каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения. Например: Рисунок А.3. При ссылках на иллюстрации следует писать «... в соответствии с рисунком 2» при сквозной нумерации и «... в соответствии с рисунком 1.2» при нумерации в пределах раздела.

Таблицы. Составление таблиц необходимо для оформления цифрового или текстового материала с целью сопоставления, анализа данных и вывода определенных закономерностей или особенностей развития объекта исследования.

Таблицы применяют для лучшей наглядности и удобства сравнения показателей. Название таблицы, при его наличии, должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название таблицы следует помещать над таблицей слева, без абзацного отступа в одну строку с ее номером через тире. При переносе части таблицы название помещают только над первой ее частью, нижнюю горизонтальную черту, ограничивающую таблицу, не проводят. Таблицу следует располагать в отчете непосредственно после текста, в котором она упоминается впервые, или на следующей странице. На все таблицы должны быть ссылки в отчете. При ссылке следует писать слово «таблица» с указанием ее номера.

Таблицу с большим количеством строк допускается переносить на другой лист (страницу). При переносе части таблицы на другой лист (страницу) слово «Таблица» и номер ее указывают один раз справа над первой частью таблицы, над другими частями пишут слово «Продолжение» и указывают номер таблицы, например: «Продолжение таблицы 1». При переносе таблицы на другой лист (страницу) заголовок помещают только над ее первой частью.

Таблицу с большим количеством граф допускается делить на части и помещать одну часть под другой в пределах одной страницы. Если строки и графы таблицы выходят за формат страницы, то в первом случае в каждой части таблицы повторяется головка, во втором случае – боковик.

Если повторяющийся в разных строках графы таблицы текст состоит из одного слова, то его после первого написания допускается заменять кавычками; если из двух и более слов, то при первом повторении его заменяют словами «То же», а далее – кавычками. Ставить кавычки вместо повторяющихся цифр, марок, знаков, математических и химических символов не допускается. Если цифровые или иные данные в какой-либо строке таблицы не приводят, то в ней ставят прочерк.

Цифровой материал, как правило, оформляют в виде таблиц. Таблицы, за исключением таблиц приложений, следует нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией. Допускается нумеровать таблицы в пределах раздела. В этом случае номер таблицы состоит из номера раздела и порядкового номера таблицы, разделенных точкой.

Таблицы каждого приложения обозначают отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначения приложения.

Если в документе одна таблица, то она должна быть обозначена «Таблица 1» или «Таблица В.1», если она приведена в приложении В.

Заголовки граф и строк таблицы следует писать с прописной буквы в единственном числе, а подзаголовки граф – со строчной буквы, если они составляют одно предложение с заголовком, или с прописной буквы, если они имеют самостоятельное значение. В конце заголовков и подзаголовков таблиц точки не ставят.

Формулы и уравнения. Уравнения и формулы следует выделять из текста в отдельную строку. Выше и ниже каждой формулы или уравнения должно быть оставлено не менее одной свободной строки. Если уравнение не умещается в одну строку, то оно должно

быть перенесено после знака равенства (=) или после знаков плюс (+), минус (-), умножения (\cdot), деления ($:$), или других математических знаков, причем знак в начале следующей строки повторяют. При переносе формулы на знаке, символизирующем операцию умножения, применяют знак « \times ».

Пояснение значений символов и числовых коэффициентов следует приводить непосредственно под формулой в той же последовательности, в которой они даны в формуле.

Формулы в отчете следует нумеровать порядковой нумерацией в пределах всего отчета арабскими цифрами в круглых скобках в крайнем правом положении на строке.

Например:

$$A=a : b, \quad (1)$$

$$B=c : e. \quad (2)$$

Ссылки в тексте на порядковые номера формул дают в скобках. *Например:* Широта ассортимента молока рассчитана по формуле (1).

Допускается нумерация формул в пределах раздела. В этом случае номер формулы состоит из номера раздела и порядкового номера формулы, разделенных точкой, *например:* (3.1).

Порядок изложения в отчете математических уравнений такой же, как и формул.

В отчете допускается выполнение формул и уравнений рукописным способом черными чернилами.

В тексте отчета представляют расчеты показателей. Порядок изложения расчетов определяется характером рассчитываемых величин. Расчеты в общем случае должны содержать:

- а) описание предмета расчета;
- б) формулировку задачи (словесную или математическую) с указанием того, что требуется определить в результате расчета;
- в) исходные данные для расчета;
- г) расчет;
- д) выводы по результатам расчетов.

Ссылки. При ссылке на работы из библиографического списка порядковые номера записываются арабскими цифрами в прямоугольных скобках. *Например:* «Результаты исследований опубликованы в статье [23]. При необходимости могут быть точно указаны страницы

источника, например: [10, с. 17]. Не рекомендуется строить предложения, в которых в качестве слов применяется порядковый номер ссылки, например: «В [7] показано ...».

Цитирование автора делается только по его произведению. Когда источник недоступен, разрешается воспользоваться цитатой автора, опубликованной в каком-либо издании, предваряя библиографическую ссылку на источник словами «Цитируется по».

Текст цитаты заключается в кавычки и приводится в той грамматической форме, в какой он дан в первоисточнике. Цитата может начинаться с прописной буквы, если цитируемый текст идет после точки, или со строчной буквы, если цитата вводится в середину авторского предложения не полностью (опущены первые слова), при этом после открывающих кавычек ставят отточие.

Использование ссылок на работы авторов, не указанных в библиографическом списке, осуществляется с обязательным указанием всех выходных данных задействованных работ (фамилия и инициалы автора, название работы, год и место издания, страница, с которой заимствован текст) в круглых скобках после цитаты или упоминания данного источника.

Приложения. Приложение оформляют как продолжение отчета на последующих его листах или выпускают в виде самостоятельного документа.

В тексте документа на все приложения должны быть даны ссылки. Приложения располагают в порядке ссылок на них в тексте документа.

Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение», его обозначения и степени. Приложение должно иметь заголовок, который записывают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой.

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, И, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова «Приложение» следует буква, обозначающая его последовательность.

В случае полного использования букв русского и латинского алфавитов допускается обозначать приложения арабскими цифрами.

Если в документе одно приложение, оно обозначается «Приложение А».

Приложения должны иметь общую с остальной частью документа сквозную нумерацию страниц. При необходимости такое приложение может иметь «Содержание».

Оформление графической части. Графическая часть выпускной квалификационной работы выполняется на стандартных листах бумаги формата А1. Компоновочный лист может выполняться в масштабе 1 : 25; 1 : 50; 1 : 100; 1 : 200 в зависимости от площади торгового предприятия. На нем показывают взаимное расположение помещений магазина, они должны быть по порядку пронумерованы римскими цифрами. На плане предприятия в принятом масштабе показывают все основное и вспомогательное оборудование в соответствии с видом сверху.

Компоновочный лист выполняется в соответствии с общими требованиями, предъявляемыми к строительным чертежам. На листе указывают основные строительные размеры, показывают окна, двери и т. д. На плане должны быть указаны габариты здания, расстояние между осями колонн, размеры окон, дверей. Габаритные размеры оборудования в плане не показывают, а указывают установочные размеры в спецификации. При размещении графического материала на стандартных листах необходимо руководствоваться тем, что каждый лист должен быть заполнен не меньше чем на две трети. Все чертежи должны быть выполнены в соответствии с основами промышленного строительства.

Библиографический список. Сведения об источниках оформляют в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 и ГОСТ 7.82-2001.

Список помещается после выводов и предложений и содержит библиографическое описание использованных источников, на которые делались ссылки по тексту.

После упоминания источника, автора (или цитаты из него) в квадратных скобках проставляют номер, под которым он значится в библиографическом списке, при необходимости указать страницу (*например: текст... [7, т. 1, с. 20]*).

Библиографическое описание источника приводится в соответствии с требованиями библиографических стандартов (ГОСТ 7.1–2003 и ГОСТ Р 7.0.5–2008).

Библиографический список рекомендуется формировать в алфавитном порядке. Источники на иностранном языке располагают после русскоязычных источников. В начало списка помещают официальные документы, нормативные и технические документы, которые распо-

лагаются по юридической силе. Расположение равных по юридической силе документов внутри списка – по дате принятия, в обратной хронологии:

1. Международные нормативные акты.
2. Конституция.
3. Федеральные конституционные законы.
4. Постановления Конституционного суда.
5. Кодексы.
6. Федеральные законы.
7. Законы.
8. Указы Президента.
9. Акты Правительства:
 - а) постановления;
 - б) распоряжения.
10. Акты Верховного и Высшего арбитражного судов.
11. Нормативные акты министерств и ведомств:
 - а) постановления;
 - б) приказы;
 - в) распоряжения;
 - г) письма.
12. Региональные нормативные акты.
13. ГОСТы.
14. СНиПы, СП, ЕНИРы, ТУ, инструкции и др.

Вслед за указанными документами в алфавитном порядке располагается вся остальная литература: книги, статьи, электронные издания и др.

Книги одного автора

Каплина, С.А. Организация и технология розничной торговли: учеб. пособие для вузов / С.А. Каплина. – Ростов н/Д.: Феникс, 2012. – 333 с.

Книги двух, трех авторов

Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, К.Н. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К°, 2011. – 697 с.

Книги четырех и более авторов

Практика зарубежного регионоведения и мировой политики: учебник / А.А. Байков [и др.]; под ред. А.Д. Воскресенского. – М.: Магистр, 2014. – 558 с.

Статья из журнала

Комкова, Е.Г. Дипломатическая культура во взаимоотношениях США – Канада / Е.Г. Комкова // Мировая экономика и международные отношения. – 2014. – № 7. – С. 98–106.

Стандарты

ГОСТ 27429-87. Изделия парфюмерно-косметические жидкие. Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение. – Введ. 28.09.1987. – М.: Изд-во стандартов, 1987. – 7 с.

Электронные ресурсы

Бьюти-новости: новинки косметики и парфюмерии. – URL: <http://1beautynews.ru/category/novinki-kosmetiki/sredstva-dlya-volos>.

10 Критерии оценки отчета по практике

Завершающим этапом преддипломной практики является промежуточный контроль (аттестация) форме зачета с оценкой. К моменту окончания практики студенты представляют руководителю от университета письменный отчет о ее прохождении, написанный в соответствии с методическими указаниями. Общий объем отчета – 30–40 страниц печатного текста.

Подведение итогов практики предусматривает выявление степени выполнения студентом программы практики и индивидуального задания, полноты и качества собранного материала, наличия необходимого анализа и расчетов, выявление недостатков в прохождении практики, представленном материале и его оформлении. Студент, получив замечания и рекомендации руководителя практики от института и предприятия, после доработки выходит на защиту отчета о практике. Отчет по практике проверяется на антиплагиат. Процент оригинальности текста должен быть не менее 50 %.

Защита отчета производится студентами комиссии в сроки, установленные графиком учебного процесса.

Основные критерии оценки практики:

1. Деловая активность студента в процессе практики.
2. Производственная дисциплина студента.
3. Устные ответы студента при защите отчета.
4. Качество выполненного индивидуального задания.

Критерии оценивания отчета установлены по аналитической шкале, представленной в таблице 2.

Таблица 2 – Критерии оценивания отчета по практике

№	Критерии оценки отчета по практике	Максимальный балл
1	Профессиональные знания, способность формулировать выводы	15
2	Глубина изложения представленного материала	30
3	Общее количество и разнообразие источников литературы источников литературы, которые привлекалось для решения поставленной задачи	10
4	Качество предложенного в отчете решения поставленной задачи с учетом самостоятельного вклада студента	15
5	Соответствие оформления отчета требованиям	5
6	Логика изложения и качество презентации	10
7	Ответы на вопросы (включает оценку обоснованности и аргументированности ответа, грамотности речи, степени владения профессиональными и общенаучными терминами и понятиями)	10
8	Своевременное представление отчета	5
Всего		100

Академическая оценка устанавливается в соответствии со следующей 100-балльной шкалой:

100 – 87 балла – 5 (отлично);
 86 – 73 – 4 (хорошо);
 72 – 60 – 3 (удовлетворительно).

Студенту, не набравшему требуемое минимальное количество баллов (< 60), дается две недели для добора необходимых баллов.

11 Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 6.04.2015) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.

2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 6.04.2015) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.

3. ГОСТ Р 51303-2013. Торговля. Термины и определения. – Введ. 01.04.2013. – М.: Стандартинформ, 2013. – 35 с.
4. ГОСТ Р 51305-99. Розничная торговля. Требования к обслуживающему персоналу. – Введ. 01.01.2000. – М.: Стандартинформ, 1999. – 8 с.
5. ГОСТ Р 51304-99. Услуги розничной торговли. Общие требования. – Введен 01.01.2000. – М.: Стандартинформ, 2000. – 11 с.
6. ГОСТ Р 51773-2001. Услуги торговли. Классификация предприятий торговли. – Введ. 01.01.2002. – М.: Стандартинформ, 2002. – 15 с.
7. ТСН 31-329-2004 Ивановской области. – Иваново, 2004. – URL: http://www.infosait.ru/norma_doc/44/44991/index.htm.
8. Трудовой кодекс РФ (ТК РФ) от 30.12.2001 № 197-ФЗ (ред. от 29.06.2015) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.
9. О защите прав потребителей: федер. закон от 07.02.1992 № 2300-1 (ред. от 05.05.2014) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.
10. О защите конкуренции: федер. закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 04.06.2014) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.
11. О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации: федер. закон от 24.07.2007 № 209-ФЗ (в ред. от 1.07.2014 № 401-ФЗ) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.
12. О рекламе: федер. закон РФ от 13.03.2006 № 38-ФЗ (в ред. от 3.02.2015) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.
13. Об обществах с ограниченной ответственностью: федер. закон РФ от 08.02.1998 № 14-ФЗ (ред. от 6.04.2015) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: <http://www.consultant.ru>.
14. Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации: федер. закон РФ от 28.12.2009 № 381-ФЗ (в ред. от 09.01.2015) // Справочная правовая система «Гарант». – URL: <http://www.base.garant.ru/12171992>.
15. Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров, перечня товаров длительного пользования, на которые не распространяется требование покупателя о безвозмездном предоставлении ему на период ремонта или замены аналогичного товара, и перечня непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих возврату или обмену на аналогичный товар других размера, формы, габарита, фасона, расцветки или комплектации: постановление Пра-

вительства Российской Федерации от 19.01.1998 № 55 в ред. от 06.01.2014 // Справочная правовая система «Гарант». – URL: <http://base.garant.ru>.

16. Проектирование предприятий розничной торговли: справ. пособие к СНиП // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.

17. СП 118.13330.2012. Свод правил. Общественные здания и сооружения. (актуализированная редакция СНиП 31.06.2009) (утв. Приказом Минрегиона России от 29.12.2011 № 635/10) (ред. от 07.08.2014) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.

18. СП 30.13330.2012. Свод правил. Внутренний водопровод и канализация зданий (актуализированная редакция СНиП 2.04.01-85) (утв. Приказом Минрегиона России от 29.12.2011 № 626) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.

19. СНиП 31-04-2001. Складские здания (приняты Постановлением Госстроя РФ от 19.03.2001 № 21) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.

20. Санитарно-эпидемиологические требования к организациям торговли и обороту в них продовольственного сырья и пищевых продуктов. 2.3.5. Предприятия торговли (в ред. Изменения № 1, утв. Постановлением Главного государственного санитарного врача РФ от 03.05.2007 № 26) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.

21. СП 113.13330.2012. Свод правил. Стоянки автомобилей (актуализированная редакция СНиП 21-02-99) (утв. Приказом Минрегиона России от 29.12.2011 № 635/9) (ред. от 17.04.2015) // Справочная правовая система «Консультант-Плюс». – URL: www.consultant.ru.

22. СНиП 2.08.02-89. Проектирование предприятий розничной торговли. – URL: www.ohranatruda.ru/ot_biblio/normativ/data_normativ/6/6005.

23. ТСН 31-315-99 (МГСН 4.13-97). Предприятия розничной торговли. – URL: www.palux.ru/LoadedFiles/MGSN_4.13-97.doc.

24. Алексунин, В.А. Электронная коммерция и маркетинг в Интернете: учеб. пособие / В.А. Алексунин, В.В. Родигина. – М.: Дашков и К°, 2008. – 213 с.

25. Альбеков, А.У. Экономика коммерческого предприятия: учеб. пособие / А.У. Альбеков, С.А. Согомоян. – Ростов н/Д.: Феникс, 2002. – 447 с.

26. Бовин, А.А. Управление инновациями в организациях: учеб. пособие / А.А. Бовин, Л.Е. Чередникова, В.А. Якимович. – М.: Омега-Л, 2008. – 415 с.

27. Богатырев, С.А. Технология хранения и транспортирования товаров: учеб. пособие / С.А. Богатырев, И.Ю. Михайлова. – М.: Дашков и К°, 2011. – 142 с.
28. Боровкова, В.А. Управление рисками в торговле / В.А. Боровкова. – СПб.: Питер, 2004. – 288 с.
29. Бронникова, Т.С. Маркетинг: теория, методика, практика: учеб. пособие / Т.С. Бронникова. – М.: КноРУС, 2013. – 207 с.
30. Васильев, Г.А. Основы рекламы: учеб. пособие / Г.А. Васильев, В.А. Поляков. – М.: ЮНИТИ, 2012. – 719 с.
31. Васильева, Н.О. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / Н.О. Васильева, В.В. Матюшев, Е.А. Нечушкина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2015. – 93 с.
32. Волков, О.И. Экономика предприятия: учеб. пособие / О.И. Волков, В.К. Скляренко. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 279 с.
33. Голиков, Е.А. Маркетинг и логистика: учеб. пособие / Е.А. Голиков. – М.: Дашков и К°, 2000. – 412 с.
34. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К°, 2014. – 689 с.
35. Дашков, Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: учебник / Л.П. Дашков, О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К°, 2012. – 668 с.
36. Дашков, Л.П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): учебник / Л.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц, О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К, 2015. – 456 с.
37. Дубровин, И.А. Организация производства на предприятии торговли: учеб. пособие / И.А. Дубровин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2015. – 304 с.
38. Егоров, В.Ф. Организация, технология и проектирование предприятий торговли: учеб. для вузов / В.Ф. Егоров. – СПб.: Первый класс, 2012. – 415 с.
39. Казакова, Н.А. Финансовая среда предпринимательства и предпринимательские риски: учеб. пособие / Н.А. Казакова. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 207 с.
40. Калачев, С.Л. Теоретические основы товароведения и экспертизы: учебник / С.Л. Калачев. – М.: Юрайт, 2014. – 477 с.
41. Киселева, Е.Н. Организация коммерческой деятельности по отраслям и сферам применения: учеб. пособие для вузов / Е.Н. Киселева, О.Г. Буданова. – М.: Вузовский учебник, 2011. – 190 с.
42. Кобелев, О.А. Электронная коммерция: учеб. пособие / О.А. Кобелев; под ред. С.В. Пирогова. – М.: Дашков и К°, 2008. – 682 с.

43. Козлов, А.Ю. Статистический анализ данных в MS Excel: учеб. пособие для вузов / А.Ю. Козлов, В.С. Мхитарян, В.Ф. Шишов. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 319.
44. Колоскова, Ю.И. Коммерческая деятельность: метод. указания для практических занятий / Ю.И. Колоскова, Л.А. Якимова; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск: Изд-во КрасГАУ, 2012. – 31 с.
45. Коротких, И.Ю. Основы коммерческой деятельности : учеб. пособие / И.Ю. Коротких. – М.: Академия, 2012. – 205 с.
46. Матюшев, В.В. Положение по оформлению текстовой и графической части учебных и научных работ (общие требования) / В.В. Матюшев, Т.Н. Бастрон, Л.П. Шатурина; Краснояр. гос. аграр. ун-т. – Красноярск, 2007. – 76 с.
47. Методы стимулирования продаж в торговле: учебник / С.Б. Алексина, Г.Г. Иванов, В.К. Крышталеv [и др.]. – М.: ФОРУМ, 2015. – 304 с.
48. Мюррей, Ян. Франчайзинг / Ян Мюррей. – СПб.: Питер, 2004. – 139 с.
49. Некрашевич, С.И. Маркетинг и ценообразование: курс лекций / С.И. Некрашевич, З.А. Тоболич, С.И. Артеменко. – Горки: Изд-во БГСХА, 2014. – 145 с.
50. Организация, планирование и управление производством: практикум (курсовое проектирование): учеб. пособие / под ред. Н.И. Новицкого. – 2-е изд., стер. – М.: КноРус, 2010. – 320 с.
51. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность: учебник для вузов / Ф.П. Половцева. – 2-е изд. – М.: Инфра-М, 2014. – 223 с.
52. Практикум по логистике: учеб. пособие / Е.А. Нечушкина, Е.В. Белякова, Н.Е. Гильц [и др.]. – Красноярск: Изд-во СибГАУ, 2016. – 138 с.
53. Савицкая, Г.В. Анализ эффективности и рисков предпринимательской деятельности: методологические аспекты / Г.В. Савицкая. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 272 с.
54. Саркисова, Е.А. Риски в торговле. Управление рисками / Е.А. Саркисова. – М.: Дашков и К°, 2009. – 244 с.
55. Синяева, И.М. Маркетинг торговли / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашкова. – М.: Дашков и К°, 2010. – 749 с.
56. Товароведение и экспертиза потребительских товаров: учебник / В.В. Шевченко [и др.]. – М.: Инфра-М, 2009. – 750 с.
57. Товароведение, экспертиза и стандартизация: учебник для вузов / А.А. Ляшко [и др.]. – М.: Дашков и К°, 2009. – 667 с.
58. Управление инновационными проектами: учеб. пособие / под ред. В.Л. Попова. – М.: Инфра-М., 2011. – 334 с.

59. Цены и ценообразование: учебник / Е.К. Васильева [и др.]; под ред. В.Е. Есипова. – СПб.: Питер, 2009. – 476 с.

60. Шкляр, М.Ф. Основы научных исследований: учеб. пособие / М.Ф. Шкляр. – 4-е изд. – М.: Дашков и К°, 2012. – 244 с.

61. Шульгина, Н.Г. Организация, технология и проектирование предприятий: метод. указания / Н.Г. Шульгина, Е.Ю. Ермолаева. – Благовещенск, 2013. – 27 с.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Методические указания отражают общие требования к преддипломной практике студентов по направлению подготовки «Торговое дело», профиль «Товароведение и экспертиза продовольственных товаров», а также требования к ее содержанию, структуре отчета, критериям оценивания.

Определяется также порядок и особенности работы в период практики для дальнейшей подготовки выпускной квалификационной работы с учетом уровня квалификационных требований, предъявляемых федеральными государственными образовательными стандартами высшего образования к подготовке бакалавров.

Методические указания адресованы студентам и руководителям практики.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Форма титульного листа отчета преддипломной практики

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Департамент научно-технологической политики и образования
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«КРАСНОЯРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Институт пищевых производств

Кафедра «Товароведение и управление
качеством продукции АПК»

ОТЧЕТ

о прохождении производственной практики

Преддипломная практика
в организации (на предприятии) _____

Обучающийся _____

Курс/группа _____

Форма обучения _____

Руководитель от организации _____

Руководитель от института _____

Дата сдачи отчета « ____ » _____ 20 ____ г.

Дата защиты отчета « ____ » _____ 20 ____ г.

Оценка _____

Красноярск, 20 _____ г.

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Примерные темы индивидуальных заданий

1. Анализ и направления совершенствования технологической оснащённости предприятий розничной торговли (на материалах ...).
2. Анализ и совершенствование размещения и выкладки продовольственных товаров на основе принципов мерчандайзинга (на материалах ...).
3. Исследование и направления совершенствования условий хранения продовольственных товаров (на материалах ...).
4. Исследование и совершенствование торгового ассортимента продовольственных товаров (на материалах ...).
5. Исследование качества и конкурентоспособности молочных продуктов (на материалах ...).
6. Исследование торгового ассортимента и качества товаров (на материалах ...).
7. Качество как фактор повышения конкурентоспособности продукции (на материалах ...).
8. Материально-техническое обеспечение в организации коммерческой деятельности предприятия розничной торговли (на материалах ...).
9. Организационно-экономические аспекты выбора поставщиков в коммерческой деятельности предприятия розничной торговли (на материалах ...).
10. Организационно-экономические аспекты сбытовой деятельности торгового предприятия (на материалах ...).
11. Организация деятельности по повышению качества обслуживания в торговом предприятии (на материалах ...).
12. Организация и инновации в развитии специализированной розничной торговли (на материалах ...).
13. Организация и совершенствование торгово-технологического процесса на предприятиях розничной торговли (на материалах ...).
14. Организация коммерческой деятельности торгового предприятия и ее совершенствование (на материалах ...).
15. Организация работы торгового предприятия и пути его совершенствования (на материалах...).

16. Организация торгово-технологических процессов в коммерческой деятельности розничного торгового предприятия и ее совершенствование (на материалах ...).

17. Организация формирования ассортимента продовольственных товаров (на материалах ...).

18. Организация формирования ассортимента продовольственных товаров в торговом предприятии розничной сети «Провинция – колбасная мануфактура», г. Красноярск.

19. Оценка качества и конкурентоспособности творога реализуемого в розничной торговой сети г. Красноярска.

20. Повышение качества и культуры торгового обслуживания покупателей (на материалах ...).

21. Повышение эффективности методов розничной продажи продовольственных товаров (на материалах ...).

22. Потери продовольственных товаров в торговом предприятии и пути их сокращения (на материалах ...).

23. Потери товаров при хранении и пути их сокращения в розничной торговле (на материалах ...).

24. Проектирование комплекса маркетинга предприятия розничной торговли (на материалах ...).

25. Совершенствование организации и технологии подготовительных операций при продаже продовольственных товаров (на материалах ...).

26. Совершенствование организации товароснабжения торгового предприятия (на материалах ...).

27. Стимулирование продаж продовольственных товаров в торговой деятельности предприятия (на материалах ...).

28. Технология размещения и выкладки продовольственных товаров на основе принципов мерчандайзинга (на материалах ...).

29. Товароведная оценка качества и безопасности молочных продуктов (на материалах ...).

30. Управление факторами, обеспечивающими сохранность продовольственных товаров в розничном торговом предприятии (на материалах ...).

31. Формирование качества и потребительских свойств плавленых сыров (на материалах ...).

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Организационно-правовая характеристика торгового предприятия

Таблица В.1 – Организационно-правовая характеристика
предприятия

Характеристика	Данные по предприятию
Тип, вид	В соответствии с ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения»; ГОСТ Р 51773-2009 «Услуги торговли. Классификация предприятий торговли»
Юридический адрес	Указан в учредительных документах
Фактический адрес	Индекс, населенный пункт.... нахождения торгового предприятия
Организационно-правовая форма	ООО, ОАО, ИП Данные о регистрации, даты, номера свидетельств ... уставный капитал и др.
Коммерческое название (если есть)	Магазин «Продуктовый»
Виды экономической деятельности	В соответствии с ОКВЭД (есть в документах и Интернете)
Система налогообложения	Какая выбрана для ИП или ООО и почему?
Режим работы	Круглосуточно без перерыва на обед
Услуги	В соответствии с ГОСТ Р 51304-2009 «Услуги торговли. Общие требования и другие, предлагаемые предприятием в инициативном порядке (кратко)»

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) «А» – супермаркет «В» было зарегистрировано администрацией Октябрьского района г. Красноярска в качестве общества с ограниченной ответственностью за № 215 от 04.06.2006 г. Торговое предприятие действует в соответствии с I ч. Гражданского кодекса РФ, а также Уставом и другими нормативными актами.

ООО «А» является юридическим лицом и для достижения целей вправе от своего имени совершать сделки, приобретать имущественные и неимущественные права, быть истцом и ответчиком в арбитражном суде. Данное общество действует на основании хозяйственного расчета, самофинансирования и самокупаемости, имеет самостоятельный баланс и расчетный счет, также имеет печать, штамп с фирменным наименованием, эмблему и другие реквизиты.

Общество с ограниченной ответственностью «А» отвечает имуществом за результаты своей производственно-хозяйственной деятельности и выполнение обязательств перед партнерами по договорам, государственным бюджетом, а также перед своими работниками в соответствии с действующим законодательством.

Общество с ограниченной ответственностью «А» осуществляет следующие виды деятельности (ОКВЭД): (перечислить).

Высшим органом управления в ООО «А» является общее собрание его участников. Текущее руководство деятельностью ООО «А» супермаркета «В» осуществляет директор. Собрание участников собирается не реже одного раза в год. К исключительной компетенции общего собрания участников ООО «А» относятся:

- присутствие на общем собрании общества, принятие участия в решении вопросов повестки дня и голосование при принятии решения;
- получение информации о деятельности ООО или ИП;
- ознакомление с данными бухгалтерского учета и другой информацией, документацией.

Целью создания общества – получение прибыли на основе объединения экономических интересов, материальных, трудовых и финансовых ресурсов его участников для осуществления хозяйственной деятельности. Чистая прибыль общества образуется в соответствии с установленным порядком после уплаты налогов, предусмотренных законодательством, и иных необходимых выплат и отчислений, а также выделения необходимых средств на нужды общества. Часть прибыли общества предназначена для распределения между его участниками пропорционально их долям в уставном капитале. ООО «А» соответствует ст. 52 Гражданского кодекса РФ.

Для осуществления своей деятельности ООО «А» имеет свой супермаркет «В», расположенный в Октябрьском районе г. Красноярска на ул. Юшкова, 26. Данное предприятие осуществляет продажу товаров повседневного спроса, в том числе продуктов питания, непродовольственных товаров, продуктов для домашних животных. Супермаркет «В» имеет удобное месторасположение, так как данное торговое предприятие находится вблизи дороги, рядом имеется место для парковки автомобилей. Положительным является тот фактор, что вблизи нет торговых предприятий-конкурентов. Режим работы предприятия круглосуточный.

Найм работников осуществляется на контрактной основе. Срок действия контракта определяется соглашением сторон, исходя из по-

требностей торгового предприятия, уровня квалификации нанимаемого работника и других факторов. Предприятие самостоятельно разрабатывает формы, системы и размер оплаты труда работников. Все работники подлежат обязательному социальному и медицинскому страхованию, для чего предприятие вносит платежи в соответствующие фонды.

Для осуществления своей деятельности торговое предприятие применяет линейную (или линейно-функциональную) структуру управления. Рассмотрим схему организационной структуры супермаркета «В» (рис. В.1).

Торговое предприятие «В» возглавляет директор. Он представляет интересы предприятия, издает распорядительные документы, дает указания, обязательные к исполнению всеми работниками. В подчинении у директора находится главный бухгалтер, который осуществляет учет и составляет отчетность, проводит инвентаризации. Главному бухгалтеру, в свою очередь, подчиняется два бухгалтера. Они занимаются различными расчетами и составлением отчетных документов, которые подаются в ФНС и другие государственные органы.

Также в супермаркете имеется менеджер по продаже, в компетенции которого находится поиск поставщиков, организация рекламных мероприятий. В подчинении менеджера по продажам находится товаровед и продавцы.

Вспомогательным персоналом в супермаркете «В» являются грузчик, уборщица, водитель.

Аналогичным образом можно проанализировать состав и численность персонала по возрасту, стажу работы, уровню образования и т. д. Форма представления – таблицы или диаграммы.

Оценка конкурентоспособности торгового предприятия

Конкурентоспособность отдельного торгового предприятия в определенном сегменте товарного или территориального рынка выступает как обобщенная оценка его конкурентных преимуществ в разных направлениях торговой деятельности и достигнутой, благодаря этому итоговому результату.

Конкурентоспособность – один из показателей состояния предприятия. Поддержание и увеличение конкурентоспособности может рассматриваться как одна из функциональных стратегических целей предприятия.

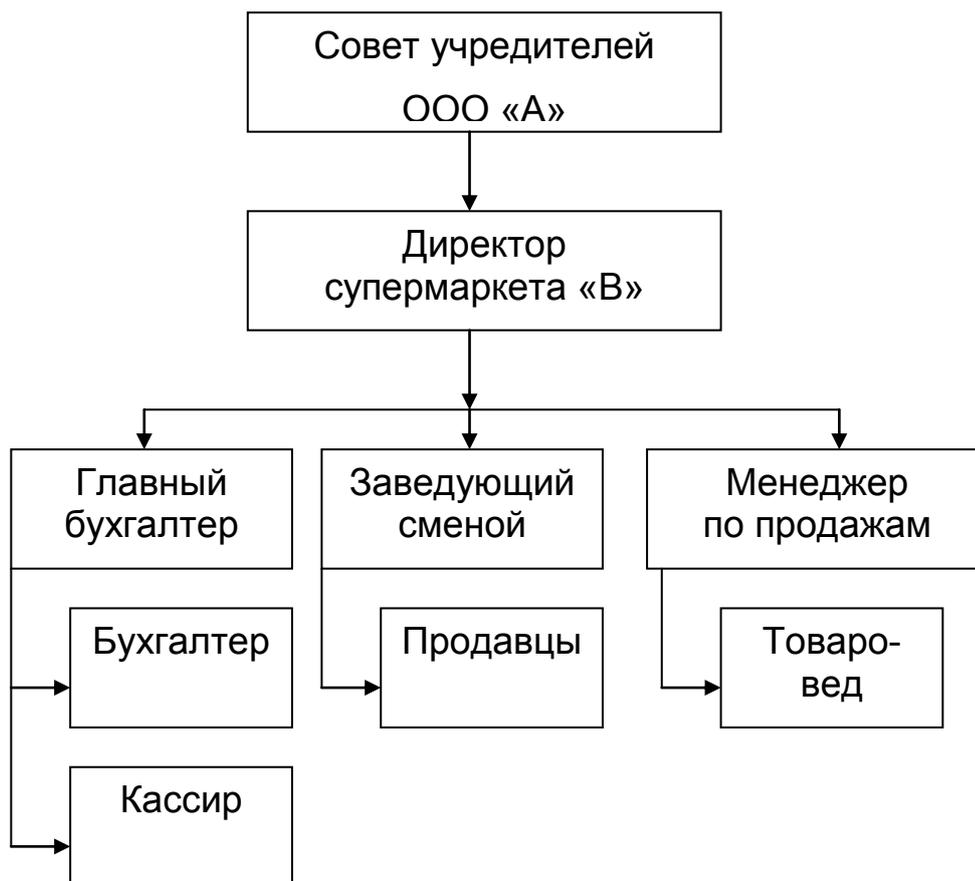


Рисунок В.1 – Организационная структура предприятия

Таблица В.2 – Характеристика персонала торгового предприятия в динамике

Категория персонала	Прошлый год		Отчетный год		Отклонение (+ ; -)		Темп изменения, %
	Численность, чел.	Уд. вес, %	Численность, чел.	Уд. вес, %	Численность, чел.	Уд. вес, %	
Административный							
Обслуживающий							
Вспомогательный							
Итого							

Оценка конкурентоспособности конкретного торгового предприятия осуществляется поэтапно:

I. Определение круга предприятий конкурентов.

II. Сбор информации по деятельности предприятий.

III. Формирование системы показателей оценки конкурентоспособности; выбор методики оценки конкурентоспособности; обработка информации, получение общей оценки конкурентоспособности.

IV. Принятие корректирующих управленческих решений для повышения конкурентоспособности.

Выбор метода оценки конкурентоспособности зависит от той информации, которую мы можем получить по предприятиям-конкурентам. Основные методы: *метод разницы, метод рангов, метод баллов, метод «эталона».*

Таблица В.3 – Шкала оценки показателей конкурентоспособности предприятия торговли (примерная)

Параметр	Оценка			
	5 «отлично»	4 «хорошо»	3 «удовлетворительно»	2 «неудовлетворительно»
1	2	3	4	5
Уровень цен	Ниже средних	Средние	Выше средних	Очень высокие
Свойства ассортимента	Устойчивый, обновляется, широкий (все товарные группы), глубокий	Устойчивый, обновляется, широкий (все товарные группы)	Устойчивый, обновляется редко, ограниченные товарные группы,	Устойчивый, не обновляется, узкий
Качество реализуемых товаров	Высокое качество	Высокое не по всем товарным группам	Удовлетворительное (бывают возвраты от покупателей)	Низкое (сроки годности, товарный вид, возвраты)
Расположение	Рядом с остановкой, жилым массивом, ОЗ	Рядом с остановкой со стабильной проходимостью	Остановка, жилые дома, общ. здание на расстоянии или поток немногочисленный	Поток покупателей небольшой
Наличие парковки	Имеется удобная, в т. ч. для спец. транспорта	Имеется, но недостаточно мест	Есть не специализированные места для парковки	Сложно припарковаться

Окончание табл. В.3

1	2	3	4	5
Известность для покупателя	Каждому потенциальному потребителю	Только горожанам или жителям района	Только ближайших территорий	Ограниченному контингенту (жители домов, пассажиров остановок)
Другие (до 7–10)

Таблица В.4 – Оценка конкурентоспособности предприятий

Параметр	Предприятие-конкурент		
	А	В	С
Коммерческие условия			
Уровень цен	5	4	4
Свойства ассортимента	4	5	4
...			
Организационные условия			
Расположение	5	3	5
Наличие парковки
...
Итого	Σ баллов	Σ баллов	Σ баллов

Данные исследования представить графически с использованием лепестковой диаграммы (рис. В.2).

Оценка конкурентоспособности экспертным методом позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия по коммерческим и организационным условиям по отношению к основным и потенциальным конкурентам в данном рыночном пространстве (территории, товарном рынке).

Если в качестве объекта исследования выбран склад, оптовая база, коммерческий отдел производственного предприятия также может быть проведен анализ конкурентоспособности, но с учетом интересов покупателей (не физических лиц, а предпринимательских структур) и выбором иной номенклатуры показателей.

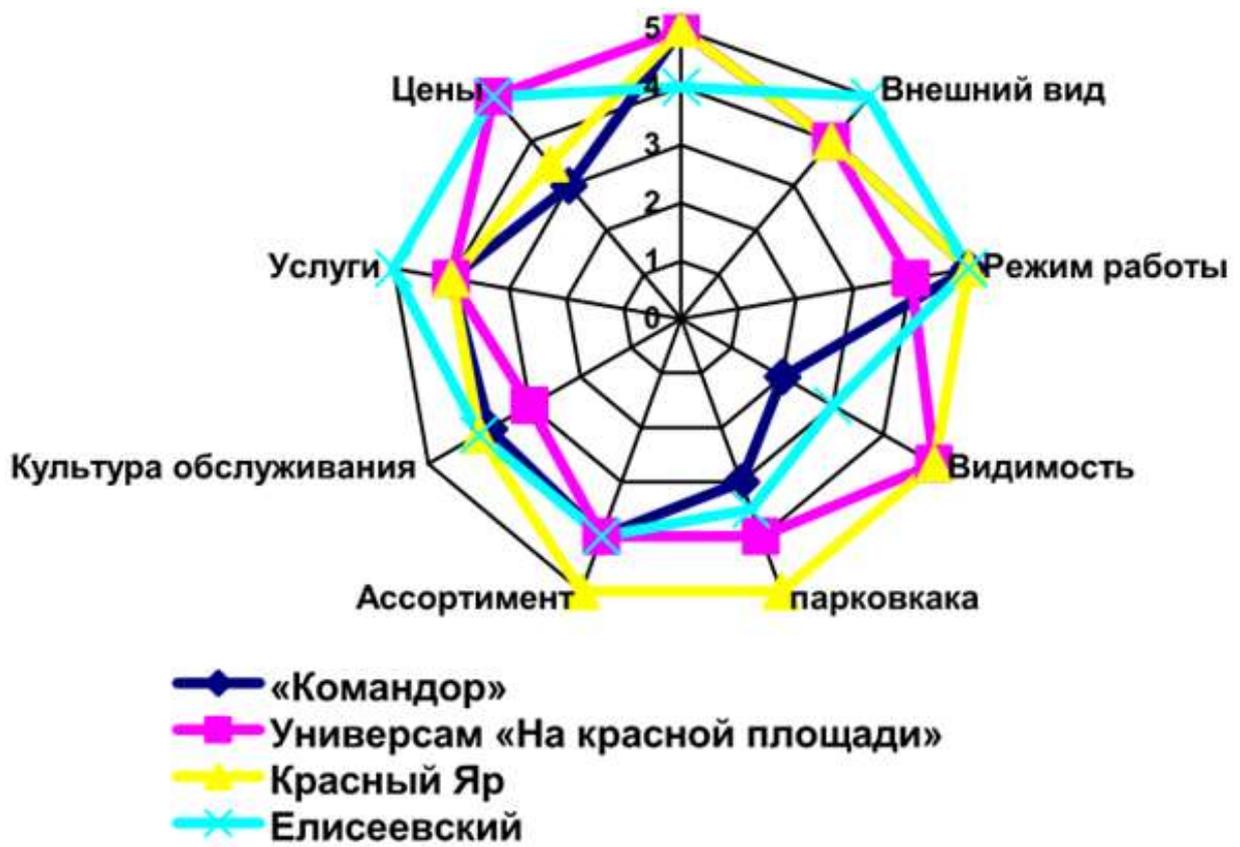


Рисунок В.2 – Диаграмма конкурентоспособности предприятия

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Таблицы к подразделу «Анализ основных экономических показателей и материально-технического обеспечения коммерческой деятельности организации»

Таблица Г.1 – Анализ основных экономических показателей деятельности торгового предприятия за 20_ – 20_ гг.

Показатель	Прошлый год	Отчетный год	Отклонение (±)	Отчетный год в % к прошлому
А	1	2	3	4
1. Оборот розничной торговли (выручка от продаж) без НДС, тыс. руб.*				
2. Торговая площадь, м ²				
3. Оборот розничной торговли на 1 м ² торговой площади, тыс. руб/м ² $\left(\frac{\tilde{n}\delta \delta.3}{\tilde{n}\delta \delta.2} \right)$				
4. Среднесписочная численность работников, всего чел.				
4.1. В т. ч. работников оперативного персонала, чел.				
5. Производительность труда: – одного среднесписочного работника, всего, тыс. руб/чел. $\left(\frac{\tilde{n}\delta \delta.1}{\tilde{n}\delta \delta.4} \right)$				
– одного работника оперативного персонала, тыс. руб/чел. $\left(\frac{\tilde{n}\delta \delta.1}{\tilde{n}\delta \delta.4.1} \right)$				
6. Фонд заработной платы:				
6.1. Сумма, тыс. руб.				
6.2. Уровень, % $\left(\frac{стр.6}{стр.1} \times 100 \right)$				

Окончание табл. Г.1

А	2	3	4	5
7. Среднегодовая заработная плата одного работника, тыс. руб. $\left(\frac{\text{стр.6}}{\text{стр.4}}\right)$				
8. Себестоимость проданных товаров, работ, услуг, тыс. руб.				
9. Валовая прибыль – сумма, тыс. руб. (стр.1–стр.8)				
10. Издержки обращения				
10.1. Сумма, тыс. руб.				
10.2. Уровень, % $\left(\frac{\text{стр.10}}{\text{стр.1}} \times 100\right)$				
11. Прибыль (убыток) от продаж				
11.1. Сумма, тыс. руб.				
11.2. Рентабельность продаж, % $\left(\frac{\text{стр.11}}{\text{стр.1}} \times 100\right)$				
12. Текущий налог на прибыль и иные аналогичные платежи (20 %), тыс. руб.				
13. Чистая прибыль (убыток) отчетного периода, тыс. руб. (стр.11.1–стр.12)				
13.1. Рентабельность конечной деятельности, % $\left(\frac{\text{стр.13}}{\text{стр.1}} \times 100\right)$				

*Перечень показателей в целом корректируется с учетом вида деятельности предприятия и поставленной цели ВКР.

Таблица Г.2 – Анализ источников поступления товаров и характеристика договоров

Поставщик, местоположение	Производитель или посредник	Вид продукции	Договор	Форма оплаты	Условия оплаты (ст. 487, 488, 489 ГК РФ)
ООО «Формула», г. Красноярск	Посредник	Сухие концентраты, приправы	№ ... от...	Безналичная	Предоплата 50 %
ИП «Лидер», г. Ужур	Производитель	Оплата товара в кредит
...	Оплата в рассрочку

Таблица Г.3 – Анализ структуры товарооборота в разрезе ассортиментных позиций, тыс. руб.

Товарная группа	Прошлый год			Отчетный год				Отклонение от прошлого года				
	Сумма, тыс. руб.	Уд. вес, %	Уровень реализации, %	Сумма в дейст. ценах	Индекс цен	Сумма в сопост. ценах	Уд. вес, %	Уровень реализации, %	по сумме в дейст. ценах	по сумме в сопост. ценах	по уд. весу, %	по уровню реализации, %
Молочные товары												
Кондитерские товары												
Хлебобулочные изделия												
Рыбные товары и морепродукты												
Овощи, фрукты свежие												
...												
Итого:		100					100				100	

Таблица Г.4 – Структура ассортимента товаров
в натуральном и денежном выражении

Группа товара или признак в пределах группы	Кол-во единиц товара, шт. (кг)	Средняя цена единицы то- вара (1 кг), руб.	Удельный вес товарной группы в структуре ассортимента, %, рассчитанный	
			в натуральном выражении	в денежном выражении
А				
В				
Итого		×	100,0	100,0

Таблица Г.5 – Расчет установочной и выставочной площади

Оборудование	Кол-во	Длина, м	Ширина, м	Устано- вочная пло- щадь, м ²	Кол-во полок	Площадь хране- ния, м ²
Итого						

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

*Направление подготовки 38.03.06 «Торговое дело»
Профиль «Товароведение и экспертиза
продовольственных товаров»*

Методические указания

**МАТЮШЕВ Василий Викторович
ЧАПЛЫГИНА Ирина Александровна
ВАСИЛЬЕВА Наталья Олеговна**

Электронное издание

Редактор
О.Ю. Потапова