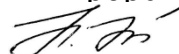


**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ
ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
ЦЕНТРОСОЮЗА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
«РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КООПЕРАЦИИ»
ИЖЕВСКИЙ ФИЛИАЛ**

УТВЕРЖДАЮ

проректор по учебной рабо-



Н.В. Назарова

10 сентября 2014

ПРОГРАММА ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКИ

Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело

Профиль: Коммерция

Квалификация (степень) выпускника бакалавр

Ижевск 2014

Емелина Т.Г., Программа преддипломной практики. Методические указания - М.: Российский университет кооперации, 2014. – 24с.

Программа преддипломной практики для студентов направления подготовки 38.03.06 Торговое дело составлено Емелиной Т.Г., в соответствии:

- с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования 38.03.06 Торговое дело; квалификация (степень) «бакалавр», утвержденный приказом Министерства образования и науки Российской Федерации 12.11.2015.г.№ 1334.

- учебными планами, утвержденными Ученым советом Российского университета кооперации протоколом № 4 от 02.03.2014.

Методическое указание:

обсуждено и рекомендовано к утверждению решением кафедры ГиЕНД от 07.09.2017 г., протокол № 1

И.о. заведующий кафедрой

В.В.Бронникова

Председатель

Н.В. Назарова

Начальник учебно-методического управления

С.И.Матвеева

Директор научной библиотеки

М.М.Самохина

1. Требования ФГОС:

Область профессиональной деятельности включает:

организацию, управление и проектирование процессов в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

Объектами профессиональной деятельности бакалавров являются:

товары потребительского и производственного назначения, услуги по торговому, логистическому и рекламному обслуживанию покупателей, коммерческие, товароведные, торгово-технологические, маркетинговые, логистические процессы, выявляемые и формируемые потребности, средства рекламы, методы и средства испытания и контроля качества товаров, материальные потоки, логистические цепи и системы.

Виды профессиональной деятельности:

торгово-технологическая;
организационно-управленческая;
логистическая;
научно-исследовательская;
проектная.

Задачи профессиональной деятельности:

Бакалавр по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

торгово-технологическая деятельность:

выявление, формирование и удовлетворение потребностей;
разработка и внедрение комплекса интегрированных маркетинговых коммуникаций, в том числе с использованием рекламы;
организация и эффективное осуществление контроля качества товаров и услуг;

организация и осуществление контроля качества товаров и услуг, приемки товаров по количеству и качеству ее учета;

проведение оценки качества товаров и анализ ее результатов;

управление товародвижением, его учет и оптимизация, минимизация потерь товаров, затрат материальных и трудовых ресурсов;

определение роли рекламы в торгово-технологической деятельности, выбор или разработка средств рекламы товаров для продвижения их на рынке;

участие в работе по организации и осуществлению торгово-технологических процессов на предприятии;

регулирование процессов хранения товаров, проведение инвентаризации, определение, дифференциация и списание потерь;

организационно-управленческая деятельность:

сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью;

изучение и прогнозирование спроса с учетом требований потребителей на определенных сегментах рынка;

идентификация товаров, выявление и предупреждение их фальсификации;

составление документации в области профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной), и проверка правильности ее оформления;

соблюдение действующего законодательства и нормативных документов, а также требований, установленных техническими регламентами, стандартами, положениями договоров;

выбор деловых партнеров с учетом определенных критериев, проведение деловых переговоров, заключение договоров на взаимовыгодной основе и контроль за выполнением договоров;

управление ассортиментом и качеством товаров и услуг;

выбор и реализация стратегии ценообразования;

организация и планирование материально-технического обеспечения предприятия, закупки и продажи (сбыт) товаров;

повышение качества торгового обслуживания потребителей;

управление товарными запасами и их оптимизация;

управление персоналом;

анализ и оценка профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической или товароведной) для разработки стратегии организации (предприятия);

организация и осуществление профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или логистической, или рекламной, или товароведной);

логистическая деятельность:

выбор или формирование логистических цепей в торговле;

участие в разработке логистических схем в торговле;

управление логистическими процессами;

научно-исследовательская деятельность:

организация, проведение маркетинговых исследований и оценка их эффективности;

проведение научных исследований по отдельным разделам тем (этапам, заданиям) в соответствии с утвержденными методиками;

участие в разработке инновационных методов, средств и технологий осуществления профессиональной деятельности (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной);

проектная деятельность:

разработка проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем в области коммерции, или маркетинга, или рекламы, или логистики, или товароведения с использованием информационных технологий;

участие в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения;

проектирование размещения торговых организаций.

2. Место практики в структуре ООП ВО:

Преддипломной практика является обязательным видом учебной работы бакалавра, является завершающей частью основной образовательной программы. Она проводится после освоения студентами программ теоретического и практического обучения.

Целью преддипломной практики как завершающего этапа обучения является приобретение студентами навыков для решения профессиональных задач, исследовательских и аналитических умений и развития профессиональных компетенций. Преддипломная практика предусматривает сбор, систематизацию и обобщение материала для подготовки выпускной квалификационной (*дипломной работы*), решение поставленной проблемы на материалах деятельности конкретной организации (предприятия) с применением методов анализа.

К задачам преддипломной практики относятся:

- применение знаний, приобретенных студентами в университете, определенных методов анализа информации и исследования коммерческих процессов;
- выполнение различных работ по разработке бизнес-процессов, бизнес-проектов, бизнес-планов и программ по совершенствованию коммерческой деятельности.

В целом практика дает возможность показать уровень подготовленности студентов для ведения самостоятельной работы в условиях современного торгового предприятия, развить их навыки овладения методикой исследования и экспериментирования при решении коммерческих задач.

Программа преддипломной практики составлена с учетом требований требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015 г. N 1334.

Дисциплины, на освоении которых базируется практика:

Маркетинг, Техническая оснащенность предприятий в сфере коммерции, организация, технология и проектирование предприятий, Экономика предприятия, Коммерческая деятельность, Логистика, Организация коммерческой деятельности предприятий торговли, Товароведение продовольственных товаров, Товароведение непродовольственных товаров. Экспертиза товаров, Организация и развитие сбытовой деятельности, Маркетинговые исследования на рынках товаров и услуг, Транспортное обеспечение коммерческой деятельности.

Логические и содержательно-методические взаимосвязи практики с другими частями ООП.

Содержание технологической практики логически и содержательно взаимосвязано с вышеуказанными дисциплинами, поскольку главной целью учебной практики является, в первую очередь, закрепление и углубление теоретических знаний и практических умений, полученных студентами при изучении этих дисциплин.

3. Объектами практики:

Преддипломная практика студентов проводится на предприятиях, в учреждениях и организациях на основе договоров, заключенных между университетом и предприятиями (организациями), в соответствии с которыми указанные предприятия (организации) предоставляют места для прохождения студентами филиала.

Объектами преддипломной практики могут быть предприятия (организации) и учреждения, различных форм собственности и правового статуса, количественных параметров, осуществляющие коммерческую деятельность: индивидуальные предприятия, хозяйственные и акционерные общества, объединения, ассоциации, концерны, холдинги, финансово-промышленные группы и т. д.

Базовые предприятия для студентов должны отвечать следующим требованиям:

- соответствовать профилю подготовки специалиста;
- располагать квалифицированными кадрами для руководства практикой студента;
- иметь материально-техническую и информационную базу с инновационными технологиями.

Объект практики определяется учебным заведением. Оно готовит договоры с ведущими отраслевыми предприятиями (организациями) о приеме студентов на практику. Договоры с предприятиями (организациями) и/или гарантийные письма от предприятий (организаций) о приеме студентов на практику должны быть оформлены за месяц до начала практики в текущем учебном году.

При прохождении практики студенты, как правило, выполняют функции практикантов на выделенном рабочем месте (коммерческого директора, специалиста по закупкам или продажам, управляющего товарным отделом (секцией), складом, агента, торгового представителя и др.). В отдельных случаях студенты университета могут быть зачислены на вакантные должности в соответствии с графиком практики и оплаты труда по существующей тарифной ставке.

При прохождении практики студенту-практиканту необходимо учитывать особенности коммерческой деятельности конкретного предприятия (организации), т. к. от этого будет зависеть содержание и структура материалов отчета.

Далее, в качестве примера, даны наиболее распространенные базы практики и вопросы для проработки.

База практики - оптовое торговое предприятие (организация)

На рабочем месте менеджера по закупкам и (или) продажам студент должен:

1. Ознакомиться с уставом (положением) предприятия, его функциями и задачами, организационной структурой управления, должностными инструкциями работников.

2. Изучить социально-экономические показатели функционирования предприятия, его конкурентоспособность и перспективы.

3. Изучить основные технико-экономические показатели деятельности предприятия (состояние материально-технической базы, объем товарооборота, состояние товарных запасов и товарооборачиваемость, издержки обращения, рентабельность и т. п.).

4. Изучить источники информации о спросе на закупаемые товары. Оценить эффективность используемых методов определения потребности в товарах.

5. Изучить основных поставщиков товаров, предлагаемый ими ассортимент.

6. Проанализировать сложившуюся структуру связей с поставщиками и покупателями, содержание договоров поставки и прилагаемых к ним спецификаций. Изучить систему оперативного учета и контроля за выполнением договоров поставки, претензионную работу. Оценить состояние договорной работы на предприятии.

7. Изучить работу по формированию торгового ассортимента на предприятии. Оценить полноту и стабильность ассортимента.

8. Изучить коммерческую работу по оптовой продаже товаров розничным предприятиям, средства стимулирования оптовой продажи и их эффективность.

9. Разработать конкретные предложения (рекомендации) по улучшению коммерческой работы на предприятии для повышения его конкурентоспособности.

База практики - розничное торговое предприятие (организация)

На рабочем месте менеджера торгового зала студент должен:

1. Ознакомиться с уставом предприятия, его функциями и задачами. Изучить организацию управления в магазине, ознакомиться с должностными инструкциями.

2. Изучить район деятельности магазина и оценить его месторасположение.

3. Проанализировать динамику основных экономических показателей торговой деятельности магазина (объем и структура товарооборота, издержки обращения, валовой доход, состояние товарных запасов и товарооборачиваемость, рентабельность, нагрузка на одного продавца, товарооборот на 1 м² торговой площади).

4. Оценить работу по изучению спроса в магазине.

Провести анкетный опрос покупателей с целью изучения спроса на конкретный товар и проанализировать полученные материалы.

5. Изучить основных поставщиков товаров, их долю в общем объеме поставок и предлагаемый ими ассортимент.

6. Оценить состояние договорной работы с поставщиками товаров, изучить опыт прямых связей с производственными предприятиями, систему оперативного учета и контроля за выполнением договоров поставки, претензионную работу.

Проанализировать содержание одного из договоров поставки и дать ему критическую оценку.

7. Ознакомиться с ассортиментным перечнем товаров. Оценить фактическое состояние ассортимента, его полноту и стабильность.

итета практики.

4. Компетенции обучающегося, формируемые в результате прохождения практики:

способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем ОПК-2;

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

6. Сроки и место проведения практики:

Сроки проведения практики: 3 курс, 6 семестр, продолжительность 2 недель, с 34 по 38 неделю учебного года.

Местом прохождения практики могут быть предприятия, учреждения и организации различных форм собственности, их филиалы, дочерние общества, организующие процессы в области коммерческой деятельности, маркетинга, торговой рекламы, логистики в торговле, товароведения и экспертизы товаров, материально-технического снабжения и сбыта, торгово-посреднической деятельности.

7. Структура и содержание практики:

Результатами успешного прохождения студентами преддипломной практики являются отчёт, собранное и оформленное в соответствии с ГОСТом индивидуальное задание; комплекс статистического и аналитического материала, необходимый для написания ВКР; положительные характеристики о качестве работы студента руководителя от предприятия (организации) и академии;

оформленный в соответствии с установленными требованиями дневник практики.

Студенты, не выполнившие программу практики по уважительной причине, направляются на практику вторично, в свободное от учёбы время.

Студенты, не выполнившие программу практики без уважительной причины или получившие отрицательную оценку, могут быть отчислены из высшего учебного заведения как имеющие академическую задолженность в порядке, предусмотренном уставом вуза.

Основные требования к отчёту по практике и его защита

Отчёт составляется студентом самостоятельно в процессе прохождения практики и должен содержать:

отражение всех разделов программы и решение практических заданий;

результаты выполнения индивидуального задания;

комплекс аналитического материала по оценке состояния хозяйственной деятельности объекта практики и предложения по его улучшению;

предложения по совершенствованию организационного и экономического механизма предприятия.

Основными источниками для выполнения отчёта являются:

программа практики;

законодательные, инструктивные материалы по вопросам коммерческой и хозяйственной деятельности предприятий (организаций);

отчёты о деятельности предприятия (организации) и статистическая отчётность;

научная и специальная литература, периодические издания, информационные сайты.

Общий объём отчёта должен содержать 30 – 40 страниц текста формата А4. Кроме этого, в текст отчёта могут быть включены приложения, формы, отчётности, схемы, графики, таблицы и рисунки, оформленные в соответствии с требованиями.

Защита отчёта производится студентом перед комиссией, состав которой назначается заведующим кафедрой. В состав комиссии включаются преподаватели кафедры, работники предприятий (организаций). По специальному решению комиссии защита отчётов может проводиться непосредственно на предприятии (в организации) в присутствии его работников. В процессе анализа коммерческой деятельности целесообразно использовать следующие статистические методы: метод расчета относительных и средних величин, метод группировок, индексный метод и различные методики факторного анализа. Результаты анализа следует представлять в наглядной табличной и графической форме.

Характеристику предприятия целесообразно дополнять анализом внешней среды предприятия. Внешняя среда предприятия делится на внешнюю среду, поддающуюся воздействию фирмы (конкуренты, потребители, поставщики, посредники, контактные аудитории), и внешнюю среду, не поддающуюся воздействию фирмы (экономические, политические, культурные, демографические, научно-технические и природные факторы).

Проводя анализ внутренней и внешней среды, необходимо помнить о таких методах анализа как SWOT-анализ и STEP-анализ.

Если выпускная квалификационная работа имеет определенную специфику, направленную на совершенствование отдельного бизнес-процесса (например, "совершенствование политики продвижения продукции на предприятии" или "совершенствование сбытовой политики предприятия"), то необходимо кроме анализа коммерческой деятельности предприятия проводить подробный анализ данного бизнес-процесса.

В частности анализ сбытовой политики предприятия подразумевает:

- подробный анализ товарооборота или объема производства/сбыта продукции (анализ динамики, структуры товарооборота по товарным группам, по

методам продажи, по поставщикам, расчет различных относительных и средних показателей)

- характеристику деятельности отдела сбыта (состав, распределение полномочий, должностные обязанности и т.п.)

- описание информационных и материальных потоков в процессе сбыта продукции:

- оценку эффективности сбытовой политики на предприятии.

Анализ ассортиментной политики предприятия подразумевает:

- описание ассортимента;

- анализ показателей ассортимента (широта, глубина, обновляемость, устойчивость, гармоничность и т.п.);

- ABC-анализ и XYZ-анализ ассортимента;

- анализ совместных покупок на предприятии;

- описание и анализ процесса формирования ассортимента на предприятии.

Преддипломная практика включает следующие разделы (этапы):

Разделы (этапы) практики	Виды производственной работы на практике	Формы контроля
1. Подготовительный	Ознакомление с организацией, правилами внутреннего распорядка, инструктаж по технике безопасности, оформление необходимых документов	Запись в дневнике практики
2. Производственный	Выполнение заданий, сбор фактического материала (учредительные документы, бухгалтерскую, финансовую и другие формы отчетности по объекту исследования, информацию о структуре и видах деятельности и т.д.)	Запись в дневнике практики
3. Обработка и анализ полученной информации	Обработка, систематизация собранного материала, анализ полученной информации, расчет показателей деятельности, построение аналитических графиков, таблиц, выявление основных тенденций,	Запись в дневнике практики

	проблем и перспектив, подготовка отчета, получение характеристики.	
4. Отчетный	Сдача отчета по практике, дневника практики, устранение замечаний руководителя практики, защита отчета.	Зачет

Примерное содержание отчета прохождения преддипломной практики студентов

Введение

1. Характеристика предприятия

1.1 Организационно-правовая форма, структура управления и основные виды деятельности предприятия.

1.2 Характеристика товаров и услуг предприятия.

1.3 Анализ организации торгово-технологической деятельности на предприятии.

2. Организация и анализ деятельности на предприятии

2.1 Организация и анализ коммерческой деятельности на предприятии.

2.2 . Анализ организации маркетинговой деятельности предприятия.

2.3. Анализ логистических процессов на предприятии.

2.4. Экономическая эффективность деятельности предприятия.

2.5. Проблемы в организации деятельности предприятия и направления их совершенствования.

Заключение

Список литературы

Приложения

С учетом специфики выбранной темы ВКР и по согласованию с руководителем практики задание может быть уточнено и дополнено конкретными вопросами и заданиями, имеющими целью максимально полно и подробно раскрыть выбранную тему. В период прохождения практики студенты подчиняются внутреннему распорядку предприятия, организации. В первый день пребывания студентов на практике на предприятии они обязательно должны пройти инструктаж по охране труда, технике безопасности и противопожарной профилактике (вводный и на рабочем месте). Проведение инструктажа должно быть

документально оформлено. На период прохождения практики в зависимости от стадии подготовленности студентов и возможностей предприятия студенты могут зачисляться на штатные, оплачиваемые должности по специальности или проходить практику как стажеры. Основными обязанностями студента в период практики являются:

- прибытие на базу практики в строго установленные сроки с предъявлением путевки на прохождение практики, допуска к работе с документами предприятия, дневника практики;
- соблюдение календарных сроков прохождения программы практики;
- ежедневное заполнение дневника практики;
- соблюдение режима работы предприятия;
- своевременная подготовка разделов отчета и индивидуального задания;
- защита отчета по практике в установленные сроки.

Руководитель практики от университета обязан:

- провести беседу со студентами, направляющимися на практику с целью ознакомления с предприятием;
- согласовать и уточнить программу практики исходя из особенностей предприятия;
- обеспечить контроль своевременного начала практики, прибытия и работы студентов на предприятии;
- оказывать консультационную помощь студентам в выполнении программы практики;
- проверить отчет по практике и организовать его защиту;
- участвовать в подведении итогов практики и т.п.

Руководитель практики от предприятия должен:

- изучить программу практики и организовать её выполнение на рабочих местах;
- ознакомить студентов с правилами внутреннего распорядка, порядком получения документов и материалов;

- содействовать в получении материалов для подготовки отчета по практике и выполнения индивидуального задания;
- проверить и подписать отчет по практике;
- выдать письменные производственные характеристики на студентов-практикантов и др.

При выборе места производственной практики и выполнении индивидуального задания необходимо определиться таким образом, чтобы проделанная работа, так или иначе, способствовала углублению знаний и накоплению материала по предполагаемой теме выпускной квалификационной работы.

8. Организация самостоятельной работы студентов:

- обучающийся должен проходить практику в отделе материально-технического снабжения (отдел закупок) или сбыта, в экономическом или маркетинговом подразделении предприятия;
- вести дневник с описанием выполненных работ в соответствии с содержанием практики;
- подробно изучить организацию практических вопросов деятельности предприятия с учётом специализации.
- собрать практические материалы для выполнения выпускной работы.
- оформить отчёт по практике.

При прохождении практики студент должен систематически заполнять дневник практики в соответствии с указанными ниже рекомендациями. При заполнении путёвки следует обратить внимание на наличие печатей в графах о прибытии на практику, переводе на другую должность во время прохождения практики (если такой факт имел место) и об убытии с практики.

В содержании выполненных работ следует коротко остановиться на всех пунктах, отражённых в содержании практики.

Дневник преддипломной практики и отчёт частично дублируют друг друга. Однако в отчёте более подробно раскрывается содержание вопросов

содержания практики, в дневнике же эти вопросы рассматриваются лишь в одном из его разделов. Содержание дневника подтверждается подписью руководителя практики от предприятия и печатями. Печатами подтверждаются прибытие и убытие студента с практики (2-й раздел дневника) и характеристика его работы во время практики (7 раздел дневника).

Отчёт по преддипломной практике должен быть оформлен в соответствии с программой практики и раскрывать её содержание. Объём отчёта не должен превышать 20 – 25 машинописных страниц. Отчёт включает титульный лист (оформление титульного листа показано в приложении), содержание, основную часть, приложения. В основной части студент раскрывает содержание изложенных выше пунктов отчёта по практике.

В первом вопросе (п.1.1.) отчета по практике необходимо охарактеризовать историю создания и развития рассматриваемого объекта, его первоначальные цели и задачи, их дальнейшую трансформацию, документ на право осуществления коммерческой деятельности, характеристику выбранной организационно-правовой формы, соответствие законодательной базе. Рассмотреть структуру управления рассматриваемого объекта с указанием подразделений и должностей, их цели и задачи, полномочия и функции, штат работников, график выхода на работу, эффективность использования работников, оперативность их перемещения с учетом потока покупателей.

В п. 1.2. отчета по практике рассмотреть специализацию и типизацию предприятия, соответствие ГОСТ, структуру ассортимента, рассчитать показатели оценки ассортимента (широта, глубина, обновляемость, устойчивость), дать классификацию услуг, соответствие предъявляемым требованиям.

В п.1.3. отчета по практике рассмотреть ТТП, факторы, определяющие его построение, построить схему ТТП на примере конкретного товара или услуги, дать краткую характеристику этапов ТТП. Необходимо принять участие в приемке товаров и тары по количеству и качеству от различных поставщиков, в документальном оформлении приемки товаров, ознакомиться с товарно-

сопроводительными документами. Необходимо выявить основные проблемы предприятия при выполнении этапов торгово-технологического процесса.

В второй главе отчета по практике, в п.2.1. рассмотреть дерево стратегических целей коммерческой деятельности, виды и формы сделок, используемые в коммерческой деятельности предприятия, порядок заключения и исполнения договоров (по объему поставки, по цене, по ассортименту, по срокам исполнения), формы и методы продажи товаров и оказания услуг, уровень обслуживания покупателей, содержание коммерческой работы при оптовой (розничной) продаже товаров или услуг, выбор канала сбыта, расчет точки безубыточности.

В п.2.2. рассмотреть организацию маркетинговой деятельности на предприятии, в том числе сегментацию потребительского рынка, анализ конкурентов и уровень конкурентоспособности предприятия, емкость рынка (рыночная квота), особенности рыночной конъюнктуры, коммуникационную политику предприятия, рекламную и информационную деятельность предприятия.

В п.2.3. провести анализ логистических процессов на предприятии, в том числе проанализировать логистику снабжения, логистику запасов, логистику складирования и транспортную логистику.

В п.2.4 анализ показателей эффективности деятельности предприятия необходимо выполнить за последние три года работы предприятия на рынке (если предприятие работает менее трех лет, то кварталы – за два года или ежемесячно – за год). Характеристику финансовых результатов деятельности предприятия следует начать с рассмотрения выручки от реализации. Выручка является одним из главных источников денежных средств и финансовых ресурсов предприятия. Затем необходимо дать анализ затрат на производство и реализацию и рассчитать валовую прибыль и прибыль от реализации, отразить в отчёте все её виды и показать механизм формирования валовой прибыли, прибыли от продаж, налогооблагаемой и чистой прибыли. При этом студент должен рассмотреть прочие доходы и расходы предприятия и привести их расшифровку по видам. При анализе налогообложения следует рассмотреть основ-

ные налоги, уплачиваемые предприятием, их динамику, изменения. Студент должен знать источники уплаты налогов и показать какие налоги уменьшают выручку от реализации при расчёте прибыли, какие включаются в затраты, какие относятся на финансовые результаты деятельности, и какие выплачиваются за счёт налогооблагаемой прибыли. Провести показатели эффективности деятельности предприятия.

В п.2.5. выявляются основные проблемы в коммерческой и иной деятельности предприятия, изучаются методы решения выявленной проблемы, дается обоснование предложений мероприятий, рекомендуемых студентом.

9. Контроль деятельности студента:

Руководитель производственной практики от организации систематически контролирует её прохождение. Текущий контроль обычно осуществляется посредством периодического (не реже одного раза в неделю) контроля дневника студента. Дневник – рабочий документ, в котором планируется работа на текущую неделю и фиксируется собираемый материал по программе практики.

Руководитель практики от вуза контролирует обеспечение организацией нормальных условий труда студентов, проведение со студентами обязательных инструктажей по охране труда и технике безопасности, выполнение правил внутреннего распорядка, соблюдение сроков начала и окончания практики, выполнение индивидуального задания по практике, а также ход подготовки отчета по практике.

Промежуточная аттестация по итогам производственной практики проводится на основе оформленного в соответствии с требованиями письменного отчета, дневника практики, характеристики руководителя практики от предприятия (организации).

Формой промежуточной аттестации является дифференцированный зачет.

Заведующий кафедрой по согласованию с деканатом института определяет дату защиты практики. Обучающийся должен подготовиться к защите отчета. На защите отчета присутствует комиссия, назначаемая заведующим кафедрой. Дифференцированная оценка по итогам зачёта по производственной практике выставляется с учётом правильности заполнения дневника практики, отчёта по практике и его устной защиты, что возможно при условии правильного оформления дневника практики и отчёта по практике, рассмотрения в отчёте всех вопросов, содержащихся в программе практики, а также правильных и полных ответов на вопросы, полученные студентом при защите отчёта по практике.

Промежуточная аттестация проводится по завершении практики в течение 1 недели.

10. Учебно-методическое и информационное обеспечение практики

а) основная литература:

1. Бунеева Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник/ Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 365с.
2. Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К., Памбухчиянц О.В. Коммерция и технология торговли: учебник – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд. «Дашков и К», 2011.-692 с.
3. Дашков Л.П. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник. – М.: ИТК «Дашков и К», 2012. - 688 с.
4. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность: Учебник. - М.: Изд.: «ИН-ФРА-М», 2010. – 248с.

б) дополнительная литература:

1. Аниськова О.Г., Пигунова О.В. Стратегия коммерческой деятельности предприятия розничной торговли. - М.: Издательско-книготорговый Маркетинг, - 2010.
2. Артамонова Л.И. Организация торговли. М.: Экономика, 2007. - 211с.
3. Баканов М. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле. М.: Экономика, - 2008.
4. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. – М. Финансы и статистика, 2009. – 320с.
5. Берман Б.,Эванс Дж. Розничная торговля: стратегический подход, 8-е изд.: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2003
6. Бланк И.А. Управление торговым предприятием. - М.: ЭКМОС, 2008.- 41с.
7. Бузукова Е.А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы. – СПб.: Питер, 2007. – 176 с.
8. Бузукова Е. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Под ред. С.Сысоевой. – СПб.: Питер, - 432 с.

9. Дашков Л.П., Памбухчиянц О.В. Организация и управление коммерческой деятельностью: Учебник.–М.: Дашков и К, 2012.– 687 с.
10. Дейян А. Троядек А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи. М.: Прогресс, - 2009.
11. Дубровин И.А. Организация производства на предприятиях торговли: учебное пособие. – 2-изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2007.- 304 с.
12. Книга директора магазина. 2-е издание. Улучшенное и дополненное / под ред. С.В.Сысоевой. – СПб.: Питер, 2008, - 368 с.
13. Краснов Р.О. Изучение модели потребительского поведения с целью формирования комплекса продвижения товара//Маркетинг и маркетинговые исследования в России. – 2010. - №3. – С. 43 – 49.
14. Комкова Е. Товарный профиль и управление закупками в рознице. – СПб.: Питер, 2008. – 336 с.
15. Леонов А. Ассортиментная политика предприятия: сущность, содержание, структура //Предпринимательство. № 3. - 2009. - С. 98-108.
16. Лифиц И.П. Показатели ассортимента товаров, как характеристики сбалансированности спроса и предложения.// Маркетинг. - 2010. - №4. – С.52.
17. Николаева Т. Менеджмент в торговле. М.: Кнорус, - 2009.
18. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. – М.: ЮНИТИ, 2010.
19. Панкратов Ф.Г. Серегина Т.К. Коммерческая деятельность. Учебник для вузов. - М.:ИВЦ Маркетинг, - 2008.
20. Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность. Учебник – М.: ИНФРА-М, 2011.
21. Парамонова Т. Н., Рамазанов И. А. Мерчандайзинг. – М.: ИД ФБК-ПРЕСС, 2009. – 144с.
22. Парамонова Т.Н., Красюк И.Н. Конкурентоспособность предприятия розничной торговли. – М.: Кнорус, 2010. – 120 с.

23. Половцева Ф.П. Коммерческая деятельность. Учебник. - М., Инфра - М, - 2009. - 248 с.
24. Рамазанов И. А. Мерчандайзинг в розничном торговом бизнесе. – М.: Изд-во Деловая литература, - 2009. - 336 с.
25. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: учебное пособие / кол. авторов; под ред. А.А.Есютина и Е.В. Карповой. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2010. – 416 с.
26. Российская торговая энциклопедия. В 5-ти тт. – Т.1-5/ Глав. ред. Я.Л. Орлов. – М.: РООИиП "За социальную защиту и справедливое налогообложение, 1999.
27. Семин О.А. Сервис в торговле. В трех кН. Книга первая. Маркетинг и управление качеством торговых услуг: учебное пособие / О.А.Семин, В.А.Сайдашева, В.В.Панюкова. – 2 – изд., перераб. и доп. – М.: Издательство «Дело и Сервис», 2006. – 216 с.
28. Снигирева В.В. Книга мерчандайзера. – СПб.: Питер, 2006. -384 с.
29. Сорокина М.В. Менеджмент торгового предприятия. М.: Эксмо, - 2010.
30. Суходоева Л., Никулина Н., Эриашвили Н. Организация коммерческой деятельности предприятий. По отраслям и сферам применения. – М.: Юнити, 2012. – 319 с.
31. Сысоева С., Бузукова Е.А. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице. – СПб.: Питер, 2010. – 256 с.
32. Сысоева С.В., Бузукова Е.А. Управление ассортиментом в рознице. Категорийный менеджмент. – СПб.: Питер, 2011. – 288 с.
33. Сысоева С.В., Крок Г.Г. Большая книга директора магазина. – СПб.: Питер, 2011. – 416 с.
34. Тамберг В. Брендинг в розничной торговле. Алгоритм построения с нуля. – М.: ЭКСМО, 2008.
35. Хруцкой В.Е. Современный маркетинг. М.: Экономика. - 2007. - 189с.

36. Черник Н.Ю. Товарная политика предприятия: Учеб. - Минск: Издательство БГЭУ, - 2010. - 278 с.

37. Экономика и организация деятельности торгового предприятия: Учебное пособие / Под общ. ред. Соломатина А.Н. - М.: ИНФРА-М, - 2008.

Периодические издания

Журналы: «Маркетинг в России и за рубежом», «Российская торговля», «Маркетинг», «Коммерсант», «Спрос», «Дистрибуция и логистика», «Складские технологии», «Управление сбытом», «Управление продажами», «Эксперт».

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы:

1. <http://lib.udsu.ru/> Научная библиотека УдГУ.
2. <http://www.nlr.ru/> Российская национальная библиотека
3. [http:// www. budgetrf. ru](http://www.budgetrf.ru) - Мониторинг экономических показателей;
4. Справочно-правовая система «Кодекс» «Эксперт-Торговля»;
5. Информационно-справочная система «Консультант Плюс»;
6. [http:// www. nta –rus. ru](http://www.nta-rus.ru) - Национальная торговая ассоциация;
7. [http:// www. rtpress. ru](http://www.rtpress.ru) - Российская торговля;
8. [http:// www. torgrus. ru](http://www.torgrus.ru) - Новости и технологии торгового бизнеса;
9. [http:// www.retail.ru](http://www.retail.ru)- организация розничной торговли;
10. [http:// www.retail-news.ru](http://www.retail-news.ru) – специализированный журнал «Новости торговли»;
11. <http://www.infoliolib.info> Университетская электронная библиотека "InfoFolio"
12. <http://elibrary.udsu.ru> Удмуртская научно-образовательная электронная библиотека (УдНОЭБ).

г) нормативно-правовые, инструктивные, плановые и фактические документы хозяйствующего субъекта (если необходимо):

1. Учредительные документы
2. Устав
3. Должностные инструкции специалистов
4. Организационная структура предприятия
5. Бухгалтерская (финансовая) отчетность
6. Производственные планы и программы

7. Перспективные планы развития
8. Бизнес- планы и инвестиционные проекты
9. Договора на поставку товаров, выполнения работ, оказания услуг
10. Маркетинговые планы и отчеты и другие документы с учетом специфики деятельности объекта исследования (и иные документы в зависимости от темы выпускной работы).

11. Материально-техническое обеспечение и условия проведения практики

Требования к аудитории (помещению, местам) для проведения защиты отчета: Аудитория для группы 15-30 человек, оснащенная интерактивной доской, проектором, компьютерным оборудованием.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО по направлению подготовки 38.03.06«Торговое дело», профиль подготовки 38.03.06 «Коммерция».

Примерное содержание содержания ВКР (маркетинг)

Введение	3
1 Характеристика ОАО «Национальный банк «ТРАСТ» и проблемы исследования	5
1.1 Организационно-управленческая структура банка	5
1.2 Описание товаров, рынков, потребителей, показателей и конкурентов	11
1.3 Описание показателей деятельности банка ОАО «Национальный банк «ТРАСТ»	19
1.4 Симптоматика проблемы и ее формулировка	23
2 Проектирование и разработка маркетингового исследования ОАО «Национальный банк «ТРАСТ»	28
2.1 Постановка целей маркетингового исследования	28
2.2 Логический анализ	29
2.3 Подбор и разработка инструмента сбора информации	42
2.4 Разработка программы и бюджета исследования	45
3 Анализ результатов маркетингового исследования	47
3.1 Характеристика глубины исследования и его проведения	47
3.2 Подбор и обоснование методов полученных данных	58
3.2.1 Дескриптивный анализ	58
3.2.2 Выводной анализ	60
3.2.3 Анализ гипотез	63
3.2.4 Анализ связи	74
3.3 Конъюнктурный анализ	77
3.4 Стратегический анализ	88
3.4.1 Сегментный анализ	88
3.4.2 Конкурентный анализ	91
3.4.3 Анализ среды организации	98
3.4.4 Сводный анализ	103

Заключение	106
Список использованных источников	109
Приложение А – Вторичная информация ОАО	111
Приложение Б – Инструменты первичных исследований	112
Приложение Б – Частотные таблицы (в ПО SPSS)	113
Приложение В – Факторный анализ	144
Приложение Г – Кластерный анализ	146

Содержание ВКР (коммерция)

Введение	3
1 Характеристика предприятия «ИП Дмитриева Т.Л.»	6
1.1 Организационно-правовая форма, структура управления и основные виды деятельности предприятия «ИП Дмитриева Т.Л.»	6
1.2 Характеристика товаров и оказываемых услуг предприятия «ИП Дмитриева Т.Л.»	13
1.3 Месторасположение предприятия и зона обслуживания, конкуренты и потребители товаров и услуг «ИП Дмитриева Т.Л.»	19
1.4 Торгово-технологический процесс на предприятии «ИП Дмитриева Т.Л.»	28
2 Организация коммерческой деятельности на предприятии «ИП Дмитриева Т.Л.»	32
2.1 Основные финансовые показатели предприятия «ИП Дмитриева Т.Л.»	32
2.2 Характеристика коммерческого предложения	37
2.3 Анализ особенностей рынка, условий макросреды, потребителей товаров, конкурентов и конкуренции	48

2.4 Построение сетевого графика для оптимизации технологических процесс	60	про-
3 Бизнес-план по выходу на потребительский рынок услуг мойки автомобилей	66	авто-
3.1 Организационный и юридический план	66	
3.2 План производства и продажи услуг мойки автомобилей	70	
3.3 Финансовый план	87	
Заключение	95	
Список использованных источников	97	

Содержание ВКР (логистика)

Введение	3	
1 Характеристика ОАО «ТРАНС-ТРАСТ» и проблемы исследования	5	
1.1 Организационно-правовая форма, структура управления и основные виды деятельности ОАО «ТРАНС-ТРАСТ»	5	
1.2 Анализ логистической деятельности ОАО «ТРАНС-ТРАСТ»	20	
1.3 Симптоматика, формулировка и анализ проблемы межфункциональных конфликтов ОАО «ТРАНС-ТРАСТ»,	31	
2 Состояние, проблемы и методы решения межфункциональных конфликтов при логистической координации в цепях поставок	42	
2.1 Анализ проблемы взаимодействия функциональных подразделений организации по параметрам логистики	42	
2.2 Взаимодействия логистики и маркетинга: проблемные аспекты, направления сотрудничества	59	
2.3 Существующие методы решения межфункциональных конфликтов по параметрам логистики	69	
3 Разработка и оценка эффективности мероприятий по решению межфункциональных конфликтов в ОАО «ТРАНС-ТРАСТ»	77	

3.1 Предложение по организации отдела логистики в ОАО «ТРАНС-ТРАСТ»	77
3.2 Формирование системы управления запасами готовой продукции	86
3.3 Разработка должностных инструкций для персонала отделов логистики и продаж, занятого поставками продукции в региональные центры	108
3.4 Оценка экономической эффективности предлагаемых мероприятий	112
Заключение	125
Список использованных источников	128
Приложение А – Вторичная информация ОАО «ТРАНС-ТРАСТ»	138
Приложение Б – Имитационное моделирование процессов расходования и пополнения запасов	142
Приложение В – Должностные инструкции специалистов по логистике и менеджеров по продажам	153