Учреждение образования

«Витебский государственный технологический университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор УО «ВГТУ»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_С.И. Малашенков

«\_20\_»\_\_\_\_\_\_\_04\_\_\_\_\_\_\_2016 г.

Регистрационный № 135-16

**ПРОГРАММА**

**ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**

для специальности:

1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

2016 г.

**СОСТАВИТЕЛИ:**

Н. Л. Прокофьева, заведующий кафедрой «Коммерческая деятельность», кандидат экономических наук, доцент учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»;

Е. Н. Домбровская, старший преподаватель кафедры «Коммерческая деятельность» учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»;

О. Н. Жучкевич, старший преподаватель кафедры «Коммерческая деятельность» учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой «Коммерческая деятельность»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(название кафедры – разработчика программы)

(протокол № 8 от 06.04.2016 г.)

Советом \_\_\_\_\_\_\_\_\_*экономического*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ факультета

название факультета

учреждения образования «Витебский государственный технологический университет»

(протокол № 8 от 19.04.2016 г.)

**1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Преддипломная практика обучающихся является частью учебного процесса и направлена на закрепление знаний и умений обучающихся по специальным дисциплинам и проводится в торговых организациях, в учреждениях, организациях различных отраслей и форм собственности.

**Целью** преддипломной практики является закрепление теоретических знаний по специальным дисциплинам и дисциплинам специализации в организациях торговли и промышленности, а также сбор и обработка информации по утвержденной теме дипломной работы.

**Задачи практики:**

- приобретение практических навыков анализа и планирования экономических показателей торгово-хозяйственной деятельности организаций;

- приобретение навыков практической и научно-исследовательской работы;

- сбор практического материала по теме дипломной работы.

Преддипломная практика обучающихся специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» заочной сокращенной формы обучения в соответствии с учебным планом проводится в 7 семестре (продолжительностью 3 недели).

1. **СОДЕРЖАНИЕ ПРЕДДИПЛОМНОЙ ПРАКТИКИ**
   1. **2.1 Ознакомление с организацией (предприятием)**

Отразить организационно-правовую форму организации (предприятия), вышестоящий орган управления, виды деятельности и уровень специализации организации (предприятия).

Проанализировать основные показатели деятельности организации (предприятия) за последние 2 – 3 года:

1. для производственной сферы – выручка от реализации (работ, услуг); объем произведенной продукции; себестоимость реализованной продукции (работ, услуг); прибыль от реализации продукции (работ, услуг); рентабельность продукции, рентабельность продаж; показатели эффективности использования ресурсов – производительность труда, фондоотдача и т. д.;
2. для торговой сферы – товарооборот, валовой доход, себестоимость реализованных товаров, расходы на реализацию, прибыль от реализации товаров, услуг, показатели эффективности использования ресурсов). Результаты представить в табличной и графической форме.

Изучить организационную структуру управления организацией (предприятием), оценить ее эффективность.

* + 1. **2.2 Изучение торгово-технологического процесса**

При прохождении практики в производственных организациях необходимо рассмотреть особенности организации доставки сырья, материалов, полуфабрикатов на склад и в производственные подразделения. Изучить организацию технологических процессов на складе готовой продукции: приемка готовой продукции, хранение продукции на складе, отпуск продукции со клада.

Если производственная организация имеет фирменные магазины, то необходимо изучить торгово-технологические процессы в фирменном магазине.

При прохождении практики в торговых организациях необходимо:

- ознакомиться с особенностями доставки товаров в организацию: методы доставки, периодичность завоза товаров, маршруты завоза, виды тары;

- изучить организацию приемки товаров по количеству и качеству: структуру служб, занимающихся проверкой, виды и методы контроля, оформляемые документы, используемое оборудование, характер и способы оформления претензий;

- рассмотреть особенности хранения и подготовки товаров к продаже: типы помещений, режим хранения, виды складирования оборудования. Охарактеризовать операции, выполняемые при подготовке товаров к продаже. Привести основные технико-экономические показатели работы складов;

- изучить формы и методы продажи товаров, ознакомиться с видами дополнительных услуг. Охарактеризовать планировку магазина, способы выкладки товаров в торговом зале, особенности внутримагазинной рекламы.

* 1. **2.3 Организация коммерческой деятельности по закупке товаров (материально-техническому снабжению)**

Дать общую характеристику закупочной деятельности. Ознакомиться со способами определения потребности в закупаемых товарах, методами закупок, особенностями выбора поставщиков. Изучить содержание договорной работы по закупкам товаров: виды используемых договоров, их структуру и содержание, порядок заключения и исполнения, документальное оформление коммерческих, товарных и транспортных документов (протоколов разногласий, оферт, запросов, заявок, счетов-фактур, товарно-транспортных накладных, т.д.).

Проанализировать результаты работы с различными поставщиками по объему и структуре закупок, способам и порядку расчетов за товары, ценам закупки и т.д. в исследуемом периоде (2 последних года).

Ознакомиться с перспективными направлениями совершенствования закупочной деятельности.

* + 1. **2.4 Коммерческая деятельность по продаже товаров (сбыту продукции)**

Дать характеристику деятельности по реализации товаров (работ, услуг). Изучить основные каналы сбыта товаров, виды и характер взаимоотношений с посредниками и покупателями. Ознакомиться с методами изучения спроса, направлениями и особенностями исследования товарных рынков, видами и средствами рекламы.

Дать характеристику ассортимента товаров (работ, услуг). Ознакомиться с методами формирования ассортимента, способами контроля за ним, стратегиями ассортиментной политики. Проанализировать состояние, структуру, широту, степень обновляемости ассортимента товаров (работ, услуг).

* + 1. **2.5 Ознакомление с товароведно-коммерческой деятельностью организации (предприятия)**

Изучить состояние и формы сертификации, используемые в организации (на предприятии), виды и особенности применения сертификатов соответствия, качества и т.д. для различных групп товаров (продукции). Ознакомиться с задачами и структурой служб стандартизации, сертификации, метрологического обеспечения.

* 1. **2.6 Индивидуальное задание**
     1. **2.6.1 Коммерческая деятельность по формированию ассортимента товаров и направления ее совершенствования**

Охарактеризовать ассортимент реализуемых товаров. Проанализировать показатели ассортимента товаров (широту, глубину, устойчивость, полноту). Изучить факторы, влияющие на формирование ассортимента: социальные, экономические, демографические, и т.д. Рассмотреть методы формирования ассортимента товаров.

Проанализировать источники, объемы и структуру закупок исследуемого товарного ассортимента, динамику и структуру продажи товаров. Проанализировать результаты реализации товаров: объем продаж, доход от реализации, прибыль, рентабельность. Произвести оценку величины и динамики товарных запасов в разрезе ассортиментных групп. Проанализировать показатели оборачиваемости в разрезе ассортимента товаров. Исследовать уровень и динамику цен на товары различных поставщиков.

Изучить потребительские предпочтения по исследуемым группам товаров с целью обоснования структуры ассортимента, цен реализации, методов и условий продаж.

* + 1. **2.6.2 Совершенствование договорной работы на предприятии**

Проанализировать виды коммерческих договоров, используемых на предприятии: их содержание, особенности заключения и реализации. Исследовать характер договорных отношений и условия работы с поставщиками: сроки действия, варианты и формы расчетов. Проанализировать уровень и динамику цен закупки товара, наличие и виды скидок, и т.д. Исследовать особенности взаимодействия с покупателями: виды договоров купли-продажи, особенности их применения. Проанализировать условия работы с покупателями: сроки действия договоров, условия расчетов, способы доставки товаров и т. д. Произвести оценку уровня и динамики цен реализации товаров. Проанализировать степень выполнения договорных отношений в разрезе различных поставщиков и покупателей. Рассмотреть функции сотрудников коммерческих служб, заключающих договора, характер их материального стимулирования. Проанализировать объем и структуру закупок и продаж с использованием различных договоров. Исследовать результаты работы предприятия при различных формах договорных отношений.

* + 1. **2.6.3 Исследование коммерческой деятельности по закупкам товаров**

Изучить источники, объемы и структуру закупок, динамику цен закупки товаров. Охарактеризовать условия работы с различными поставщиками; характер и виды используемых договоров; методы и виды закупок: особенности применения, их влияние на эффективность закупочной деятельности; состояние товарных (производственных) запасов, их величину, структуру, динамику. Проанализировать результаты работы службы закупок. Провести анализ разделения и кооперации труда, информационного обеспечения, характера взаимодействия с другими отделами. Оценить эффективность выполнения основных функций. Охарактеризовать доставку товаров на предприятие, их размещение. Оценить финансовое обеспечение закупочной деятельности: средства закупки, характер кредитования, эффективность использования финансовых ресурсов.

**2.6.4 Организация складирования товаров и направления ее совершенствования**

Дать характеристику системы складирования: оценка видов складирования, эффективность использования складского оборудования, зданий складов, т.д. Изучить размещение товаров на складе, дать оценку планировки склада. Изучить организацию текущего складского учета, его особенности и недостатки, организацию приемки товаров и отпуска товаров со склада: исполнители, порядок, периодичность, и т.д. Охарактеризовать организацию труда складских рабочих: расстановка, функции, задачи, форма и размер стимулирования, эффективность выполнения работ. Провести анализ технологической карты складских работ. Проанализировать показатели работы склада: грузооборот, емкость, пропускная способность, число оборотов, и т.д.

* + 1. **Совершенствование коммерческой деятельности по сбыту товаров**

Изучить направления и виды сбыта. Охарактеризовать каналы сбыта, способы взаимодействия с посредниками. Проанализировать: объемы, структуру и динамику продажи товаров по видам, рынкам и каналам сбыта, в разрезе основных покупателей, динамику цен реализации. Раскрыть особенности взаимодействия с покупателями: виды и условия договоров, предоставляемые скидки, и т.д. Проанализировать формирование товарных запасов в сфере распределения, их величину и структуру. Исследовать показатели оборачиваемости товарных запасов (запасов готовой продукции). Оценить деятельность службы сбыта: функции, задачи, результативность. Охарактеризовать направления и особенности исследования рынка сбыта.

* + 1. **Исследование и прогнозирование товарного рынка**

Дать характеристику товарного рынка, состояния конъюнктурообразующих факторов. Привести показатели рыночной конъюнктуры: величина, структура и динамика спроса и предложения товаров; устойчивость цен; сезонность закупок и (или) продаж; характер и виды сделок; виды и степень риска, и т.д. Оценить степень конкуренции на рынке по показателям рыночной доли, динамике, рентабельности рынка и др. Оценить конкурентную позицию фирмы и перспективы ее изменения. Охарактеризовать рыночные сегменты, поведение покупателей; оценить спрос на основе проведения опроса, наблюдений, и т.д.

Выполнить прогнозные оценки основных параметров и показателей рынка, дать характеристику будущих изменений на данном товарном рынке, оценить его привлекательность (на основе экспертных оценок, статистических показателей, математического моделирования).

**2.6.7 Совершенствование коммерческой деятельности предприятия**

Раскрыть содержание коммерческой деятельности предприятия. Привести динамику экономических показателей, характеризующих производственно-коммерческую (торговую) деятельность предприятия. Оценить эффективность закупочной деятельности: по объему и структуре закупок; динамике цен приобретения товаров; количеству заключенных договоров; расходам на организацию закупки и доставку товаров, и т.д. Оценить эффективность сбытовой деятельности: по объемам, структуре и динамике продаж, в том числе по различным каналам товародвижения; характеру ценовой политики; условиям расчетов с покупателями; уровню и видам сервиса; числу сделок купли-продажи, и т.д. Оценить эффективность коммерческой деятельности по формированию ассортимента: по показателям состояния ассортимента и контроля за ним, методам формирования ассортимента, показателям рентабельности ассортимента и т.д. Оценить эффективность рекламной деятельности: по видам рекламы; динамике затрат на рекламу; характеру и величине изменения результативных показателей деятельности предприятия при рекламировании товаров, и т.д. Оценить эффективность отдельных коммерческих сделок.

**2.6.8 Исследование методов продажи товаров и направления их совершенствования**

Изучить применяемые в торговой организации методы продажи товаров. Проанализировать структуру и динамику реализации товаров по методам продажи и в разрезе товарных групп.

Провести оценку эффективности методов продажи товаров по показателям: товарооборот на одного работника, товарооборот на 1 м2 торговой площади, коэффициент установочной площади.

Выявить, какие элементы технологического процесса, присущие определенному методу продажи товаров, не соблюдаются в данной торговой организации (применение оборудования и система его расположения); размещение товаров в торговом зале (наличие встречных потоков и перекрещивающихся путей товародвижения в торговом зале), выкладка товаров, расстановка персонала по торговому залу, наличие средств для отбора и доставки товара к месту расчета, организация хранения личных вещей покупателя, наличие средств контроля за осмотром и отбором товаров покупателями, организация рекламы товаров, секций, информирование покупателей о товаре).

Для выявления потребительских предпочтений в выборе метода продажи товаров провести анкетный опрос покупателей. Результаты анкетирования и проведенного анализа эффективности продажи товаров необходимы для обоснования направления совершенствования методов продажи.

**2.6.9 Коммерческая деятельность по изучению и прогнозированию спроса и ее эффективность**

Раскрыть сущность работы по изучению и прогнозированию покупательского спроса. Провести количественную и качественную оценку спроса, классификацию спроса и факторов, влияющих на спрос. Охарактеризовать службы и функциональные подразделения, изучающие спрос: их задачи и полномочия.

Проанализировать источники информации, методы изучения и прогнозирования спроса. Произвести оценку результатов проведения выставок, дегустаций, продажи простых партий, т.д.

Проанализировать статистическую информацию о товарообороте в целом и в разрезе ассортиментных позиций, товарных запасах и товарооборачиваемости.

Провести анализ информации о неудовлетворенном спросе.

**2.6.10 Коммерческая деятельность по управлению товарными ресурсами и направления ее совершенствования**

Раскрыть содержание коммерческой работы по управлению товарными ресурсами. Изучить факторы, влияющие на процесс организации товароснабжения розничной торговой сети, структуру коммерческой службы организации, полномочия руководителя. Рассмотреть вопросы: изучение спроса обслуживаемого населения, определение потребности в товарах; организация оптовых закупок товаров; деятельность по оптовой и розничной продаже товаров.

Проанализировать состояние ассортимента товаров; исследовать существующие схемы товародвижения на предприятии, формы оптовых закупок товаров, организацию контроля за устойчивостью ассортимента.

Исследовать источники динамики и структуру закупок, динамику и структуру продаж, особенности формирования цен, уровень торговых надбавок. Проанализировать величину и оборачиваемость товарных запасов в разрезе ассортимента.

**2.6.11 Содержание коммерческой деятельности в розничной торговле и основные направления ее совершенствования**

Рассмотреть сущность, основные цели и задачи коммерческой деятельности в розничной торговле, факторы и условия, влияющие на ее результативность. Раскрыть содержание этапов и элементов коммерческой деятельности: изучение спроса, определение объемов и товарной структуры спроса, организация хозяйственных связей с поставщиками товаров, формирование оптимального ассортимента товаров, управление товарными запасами.

Исследовать особенности товароснабжения: интенсивность завоза товаров, динамику и структуру закупок в разрезе поставщиков и видов товаров.

Проанализировать особенности реализации товаров: динамику объема и структуру розничного товарооборота, объем, структуру товарных запасов и их оборачиваемость. Оценить состояние ассортимента: широту, глубину, полноту и устойчивость ассортимента. Изучить методы розничной продажи товаров и виды торговых услуг.

Проанализировать результаты деятельности розничной торговли организации: динамику товарооборота, дохода от реализации, расходов на реализацию, показателей использования ресурсов и т.д.

**2.6.12 Пути повышения качества торгового обслуживания населения**

Проанализировать уровень развития розничной торговли (розничный товарооборот, его структура, товарооборот на душу населения, количество торговых организаций, их торговая площадь).

Охарактеризовать составляющие культуры торговли, взаимосвязь и разграничение понятий «культура торговли», «качество торгового обслуживания» и «культура обслуживания покупателей».

Проанализировать: качественные показатели состояния розничной торговой сети, внедрение прогрессивных методов продажи, дополнительное обслуживание покупателей; полнота и устойчивость ассортимента, развитие товарооборота; затраты времени на приобретение покупок.

Для определения затрат времени на обслуживание, культуры обслуживания следует провести анкетный опрос.

В результате проведенного анализа и обработки данных анкетного опроса должны быть выявлены те элементы торгового обслуживания, которые не отвечают современным требованиям, а исходя из этого сформулировать и обосновать пути повышения качества торгового обслуживания.

**2.6.13 Совершенствование маркетинговой деятельности организации (предприятия)**

Провести анализ ассортиментной политики организации (предприятия): глубина, полнота и устойчивость ассортимента, скорость обращения товаров, жизненный цикл основных товаров, уровень конкурентоспособности товаров.

Осуществить анализ ценовой политики: ценовая стратегия, уровень цен, ценовая конкурентоспособность, виды и размер скидок.

Проанализировать товародвижение и сбыт: элементы товародвижения, размер запасов, каналы сбыта, посредники, организация фирменной торговли.

Охарактеризовать коммуникационную политику: виды и средства рекламы, затраты на рекламу, методы стимулирования сбыта.

**2.6.14 Организация рекламной деятельности и направления ее совершенствования**

Охарактеризовать виды и средства рекламы, используемой организацией (предприятием), затраты на рекламу, фирменный стиль (товарный знак/ логотип, набор цветов, набор шрифтов и др.)

Проанализировать показатели эффективности рекламы: прибыль до и после рекламы, количество рекламополучателей, количество потенциальных потребителей товаров на рынке, количество рекламных объявлений, увеличение количества товаров после рекламы, стоимость средств рекламы.

Проанализировать каналы рекламы с целью выбора наиболее эффективных: количество радиослушателей, читателей, время, через которое публикуется сообщение, стоимость рекламного модуля.

**2.6.15 Анализ конкурентоспособности организации (предприятия) и направления ее повышения**

Провести анализ конкурентоспособности продукции организации (предприятия) на основе социологического исследования мнений потребителей.

Проанализировать составляющие потенциала конкурентоспособности организации (предприятия): маркетинг, менеджмент, инновационная деятельность, кадры, финансовое состояние.

Анализ маркетинговой деятельности проводить по следующим критериям: средневзвешенная конкурентоспособность товаров, доля нереализованной продукции на складе.

Потенциал «Менеджмент» оценивается по критериям: качество планирования, качество организации управления, система мотивации работников.

Потенциал «Финансы» оценивается по критериям: доля собственных средств, коэффициент текущей ликвидности, рентабельность производства.

Потенциал «Производство» оценивается по критериям: коэффициент использования производственных мощностей, износ ОПФ, рост производительности труда, качество и цены поставляемых материалов, доля сертифицированной продукции в соответствии с международными стандартами ИСО-9000.

Потенциал «Инновации» оценивается по критериям: использование Интернет-технологий, доля инновационных товаров, количество авторских свидетельств и патентов.

Потенциал «Кадры» оценивается по критериям: коэффициент текучести кадров, коэффициент опережения производительности труда по отношению к зарплате, уровень образования.

**2.6.16 Исследование взаимосвязи видов и последствий риска с экономической эффективностью торгово-хозяйственной деятельности и обоснования методов управления рисками**

Провести исследование видов и последствий риска и обоснование направлений его снижения.

Раскрыть сущность и виды предпринимательского риска, в т.ч. и коммерческого, функции риска (регулирующая, стимулирующая, защитная, предупредительная, компенсационная, управления рисковыми вложениями и социально-рисковыми отношениями, контрольная, социальная).

Для характеристики видов и функций риска необходимо выяснить, как анализируются и принимаются текущие и инновационные решения в организации (на предприятии), касающиеся: закупок, найма персонала, расширения сети, изменения ассортимента, создания собственных стабилизационных фондов, наличия и привлечения страховых кампаний. Оценить степень риска по областям деятельности (безрисковые, с минимальным риском, с повышенным и критическим риском) организации (предприятия), выявить, с какими социально-экономическими результатами они осуществляются. Изучить, какие стабилизационные фонды создаются, каков порядок их формирования и использования. Выявить, применяются ли механизмы страхования, хеджирования и т.д., оценить целесообразность их. Сопоставить размеры выплат на снижение риска с суммой фактических и вероятных потерь. Охарактеризовать применяемые в организации (на предприятии) методы управления рисками. Описать существующую в организации (на предприятии) систему контроля за количественными и качественными параметрами рисковых процессов. Оценить применяемую систему санкций и поощрений, существующие механизмы предвидения изменений. Обосновать методы управления рисками в торговой (промышленной) организации.

**2.6.17 Исследование направлений повышения эффективности использования основных средств (только для торговых организаций**)

Проанализировать состав и структуру основных средств, уровень технической оснащенности торговой организации. Для оценки состояния основных средств и их влияния на торгово-производственные процессы проанализировать в динамике за 2 года следующие показатели: коэффициент физического износа основных средств; коэффициент обновления; коэффициент выбытия; коэффициент прироста основных средств; доля активной части основных средств; показатели фондовооруженности и технической вооруженности труда.

Определить обеспеченность торговой организации отдельными видами машин, оборудования, помещениями (сравнением фактического их наличия с плановой потребностью для успешной деятельности предприятия). Проанализировать возрастной состав оборудования по отдельным их видам, используя стоимостные, натуральные и относительные показатели.

В процессе анализа установить, как развивается материально-техническая база торговли, своевременно ли осуществляется ввод в действие построенных основных средств. Установить причины нарушения сроков строительства и ввода в действие основных средств. Определить какие потери (по товарообороту) несет по причине нарушения сроков строительства торговое предприятие.

Изучить размеры магазинов и их специализацию, правильность размещения, использование торговых площадей, применяемые формы торговли, режим работы.

Проанализировать показатели интенсивности и эффективности использования основных средств (фондоотдача, фондоемкость, объем товарооборота на 1м2 торговой площади и др.) По результатам анализа предложить меры по реализации выявленных резервов, повышению эффективности использования основных средств торговой организации.

**2.6.18 Исследование обеспеченности и эффективности использования трудовых ресурсов (только для торговых организаций)**

Изучить обеспеченность трудовыми ресурсами торговой организации, укомплектованность штатов продавцов, кассиров, контролеров и др. работников и эффективность использования рабочего времени. Выявить отклонение фактической численности по отдельным категориям работникам от плановой, выяснить причины и предложить меры по укомплектованию штатов и повышению эффективности их труда.

Изучить качественный состав работников (по уровню образования, стажу работы, возрасту и т.п.), проверить правильность распределения продавцов по категориям в соответствии со штатами и производственной необходимостью. Проанализировать выполнение плана по труду, изучить влияние трудовых факторов (изменение численности торгово-оперативных работников, режима работы, (производительности труда) на развитие товарооборота фирмы (по сравнению с планом и в динамике).

Используя данные плана, бухгалтерского и статистического учета и отчетности по труду провести анализ эффективности использования календарного времени, выявить потери рабочего времени, указать причины. Определить в динамике показатели текучести кадров, движения рабочей силы.

Провести анализ факторов, влияющих на производительность труда работников торговли, выявить резервы ее повышения.

По результатам анализа предложить меры по повышению эффективности использования трудовых ресурсов торговой организации.

**2.6.19 Исследование и разработка направлений снижения расходов на реализацию торговой организации**

Проанализировать общую сумму и уровень расходов на реализацию в динамике и в разрезе торговых объектов. Произвести оценку степени выполнения плана по расходам на реализацию с целью выявления экономии или перерасхода.

Исследовать динамику и структуру расходов на реализацию по элементам затрат и статьям калькуляции.

Проанализировать виды и динамику расходов по отдельным наиболее значимым статьям: расходам на перевозки, на хранение и т. д. Так, оценка расходов на перевозку осуществляется по видам транспорта, способам транспортировки. Оценка расходов на оплату труда предполагает анализ величины и динамики заработной платы по видам и категориям работающих, оценку показателей и величины премирования, оценку видов и суммы доплат. Оценка расходов на хранение состоит в анализе величины и динамики затрат на эксплуатацию оборудования, содержание и обслуживание складских помещений, на оплату труда складского персонала и т. д.

**2.6.20 Анализ товарооборота организации и обоснование направлений его увеличения**

Провести общую оценку товарооборота в действующих и сопоставимых ценах за исследуемый период.

Проанализировать динамику и структуру товарооборота по видам деятельности (розничная торговля, оптовая торговля, общественное питание), по товарным группам или видам товаров, по методам продаж.

Изучить ритмичность реализации товаров и оценить сезонность продаж (на основе расчета коэффициента вариации, типов сезонности или графическим методом).

Провести факторный анализ товарооборота, при этом внимание должно быть уделено оценке изменений цены реализации товаров и физического объема продаж. Рассмотреть динамику цен реализации и особенности их формирования (уровень торговых надбавок, виды и величина скидок и т. д.).

Проанализировать величину и динамику показателей, определяемых величиной товарооборота: товарооборот на 1 чел. и на 1 кв. м. торговой площади, товарооборачиваемость по видам товаров, уровень дохода и расходов на реализацию, рентабельность продаж.

**2.6.21 Организация фирменной торговли и направления ее совершенствования**

Проанализировать результаты функционирования фирменной торговли в динамике: товарооборот, валовой доход, прибыль от реализации, рентабельность продаж и т. д.

Изучить динамику и структуру товарооборота по магазинам и товарным группам или видам товаров.

Проанализировать динамику прибыли от реализации и рентабельность продаж по торговым объектам.

Провести оценку состава и структуры расходов на реализацию в разрезе магазинов и по статьям расходов.

Исследовать особенности ценовой политики в фирменной торговле: уровень торговых надбавок, уровень и динамику цен по видам товаров.

Выявить состояние работы по изучению спроса: применяемые методы, результативность мероприятий по стимулированию спроса, виды используемых рекламных средств, т. д.

**2.6.22 Исследование и обоснование направлений увеличения прибыли (для торговых организаций)**

Проанализировать состав, динамику и структуру прибыли до налогообложения. Рассмотреть особенности формирования прибыли от реализации по видам деятельности.

Исследовать динамику дохода от реализации, уровня торговых надбавок по товарным группам.

Проанализировать динамику и структуру товарооборота по товарным группам, торговым объектам, видам торговли

Провести оценку динамики и структуры расходов на реализацию по элементам сметы и статьям калькуляции.

Изучить динамику показателей рентабельности.

Рассмотреть особенности формирования прибыли по финансовой и инвестиционной деятельности.

Проанализировать величину, динамику и направления использования чистой прибыли. Провести факторный анализ прибыли от реализации.

**3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

**Общие требования к оформлению отчета по организационно-технологической практике**

Отчет по преддипломной практике оформляется в соответствии с методическими указаниями по выполнению и оформлению дипломных работ студентов экономических специальностей [18]. Образец оформления титульного листа представлен в приложении 1.

Отчет составляется согласно программе практики. Переписывание учебников по вопросам практики не допускается. Отчет должен быть лаконичным, необходимая информация может быть представлена в отчете в виде текста, таблиц, рисунков, в виде копий документов (в приложении к отчету), наглядно раскрывающих сущность вопросов, с необходимыми пояснениями. В отчете не допускается произвольное сокращение слов. Особое внимание следует обратить на грамотность изложения, как в отношении орфографии, так и стиля.

К отчету должны быть приложены: характеристика обучающегося, данная руководителем от предприятия и заполненные копии документов, которые иллюстрируют основные вопросы, изученные обучающимся, дневник практиканта с отметкой руководителя практики от организации (предприятия) о выполнении всех заданий.

В конце отчета проставляется дата его написания и подпись обучающегося.

Подпись руководителя от предприятия в отчете (на титульном листе) должна быть заверена печатью организации (предприятия).

Отчет представляется в сброшюрованном виде на стандартных листах бумаги формата А4 (210х297 мм), заполненных с одной стороны листа.

В таблице 1 приведен календарно-тематический план прохождения преддипломной практики.

Таблица 1 – Календарно-тематический план прохождения преддипломной практики

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование разделов программы практики | Количество дней |
| 2.1 Ознакомление с организацией (предприятием) | 1 |
| 2.2 Изучение торгово-технологического процесса | 2 |
| 2.3 Организация коммерческой деятельности по закупкам (материально-техническому снабжению) | 2 |
| 2.4 Изучение коммерческой деятельности по продаже товаров (сбыту продукции) | 2 |
| 2.5 Ознакомление с товароведно-коммерческой деятельностью организации (предприятия) | 1 |
| 2.6 Выполнение индивидуального задания (по теме дипломной работы) | 5 |
| 2.7 Оформление отчета по практике | 2 |
| ИТОГО | 15 |

**Методические указания для обучающихся и руководителей практики**

Базами практики служат организации всех форм собственности, осуществляющие коммерческую деятельность на рынке товаров народного потребления. Закрепление обучающихся по базам практики оформляется приказом ректора на основании договоров, заключенных университетом и предприятиями.

Организацию и руководство преддипломной практикой осуществляет кафедра «Коммерческая деятельность». За каждым обучающимся закрепляется руководитель практики от университета, который выдает индивидуальное задание.

Непосредственное руководство практикой возлагается на работника предприятия, к которому прикрепляется обучающийся. Руководитель практики от предприятия осуществляет повседневное руководство, контролирует прохождение практики в соответствии с программой. Рабочий день практиканта согласуется с режимом работы предприятия. В течение практики обучающийся ведет дневник практики в соответствии с индивидуальным планом-графиком.

Руководитель практики от предприятия по окончании срока практики дает обучающемуся характеристику, где отмечается трудовая дисциплина практиканта, выполнение индивидуального плана-графика прохождения практики, своевременность и самостоятельность выполнения задания, активность и компетентность.

Практика завершается защитой отчета на кафедре «Коммерческая деятельность», который составляется каждым студентом самостоятельно и регулярно в течение всей практики на основании материалов, собранных на предприятии.

После проверки отчета и положительного заключения руководителя практики от университета студент допускается к защите на кафедре.

Отчет защищается обучающимся в сроки, указанные кафедрой, с дифференцированной оценкой.

Оценка снижается:

* за пропуски и отсутствие на базе практики в рабочее время;
* при наличии замечаний от руководителя практики на предприятии или руководителя от университета при посещении практикантов;
* за нарушение требований к оформлению отчета;
* за несвоевременное оформление и представление отчета;
* за недостаточно полное владение теоретическими и практическими вопросами, изложенными в программе практики, при защите отчета.

Обучающийся, не выполнивший программу практики, получивший отрицательный отзыв (характеристику) о работе или неудовлетворительную оценку при защите отчета, направляется на практику повторно, либо, в отдельных случаях, отчисляется из ВУЗа.

**В обязанности руководителя преддипломной практики от профилирующей кафедры ВУЗа входят:**

* выдача индивидуального задания. Содержание индивидуального задания должно соответствовать утверждённой теме дипломной работы (расчётно-аналитическая часть),
* контроль выполнения обучающимися программы практики,
* проведение консультаций по содержанию преддипломной практики,
* проверка отчетов по практике и организация их защиты.

**В обязанности руководителя практики от организации (предприятия) входят:**

* составление календарного плана прохождения практики в соответствии с программой и с учетом специфических условий работы организации (предприятия);
* ежедневное обеспечение обучающихся работой в соответствии с календарным планом и программой;
* обеспечение нормальных условий работы обучающихся;
* проведение собеседований по отдельным разделам программы и результатам практики, организация консультаций;
* контроль за соблюдением обучающимися трудовой дисциплины и правил внутреннего распорядка;
* проверка отчета по результатам практики и заверение его своей подписью, а также печатью организации (предприятия) в установленном порядке.

**Обязанности обучающегося-практиканта:**

* ежедневно посещать базу практики. Находиться на месте практики в течение всего трудового дня;
* своевременно и качественно выполнять программу практики;
* ежедневно заполнять дневник о проделанной работе;
* подчиняться указаниям руководителей практики от организации (предприятия) и университета;
* строго соблюдать правила внутреннего распорядка организации (предприятия);
* по окончании практики в течение установленного кафедрой срока представить отчет, полностью отражающий содержание программы, с необходимыми приложениями. К отчету прилагаются дневник, календарный план прохождения практики.

Перечень рекомендуемой литературы

***Основная литература***

* 1. Анурин, В. Маркетинговые исследования потребительского рынка: учебное пособие / В. Анурин, И. Муромкина, Е. Евтушенко. – СПб.: Питер, 2006. – 270 с.
  2. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность : учебник для студентов спец. «Коммерческая деятельность», «Товароведение и экспертиза товаров» учреждений, обеспечивающих получение высшего образования в системе потреб. коопер. / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – 2-е изд. испр. – Минск: Выш. шк., 2006. – 351 с.
  3. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность : учебник для студентов спец. «Коммерческая деятельность», «Товароведение и экспертиза товаров» учреждений, обеспечивающих получение высшего образования в системе потреб.коопер. / С. Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – 2-е изд. испр. – Минск: Выш. шк., 2006. – 351 с.
  4. Виноградова, С. Н. Организация и технология торговли : учебник / под общ. ред. С. Н. Виноградовой. – Минск :Выш. шк., 2008. – 479 с.
  5. Данченок, Л. А. Маркетинговое ценообразование: политика, методы, практика / Л. А. Данченок, А. Г. Иванова. – Москва : Эксмо, 2006. – 464 с.
  6. Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование торговых предприятий : учебник / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчиянц. – Москва : ИТК «Дашков и К», 2012. – 512 с.
  7. Жучкевич, О. Н. Логистика : конспект лекций / О. Н. Жучкевич. – Витебск : УО «ВГТУ», 2010. – 90 с.
  8. Катернюк, А. В. Практическая реклама: учебное пособие для студентов экон. спец. / А. В. Катернюк. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 429 с.
  9. Квасникова, В. В. Организация и технология торговли : курс лекций / В. В. Квасникова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2012. – 157 с.
  10. Квасникова, В. В. Организация и технология торговли: методические указания по написанию и оформлению курсовых работ для студентов специальностей: 1 – 25 01 10 «Коммерческая деятельность», 1 – 25 01 09 «Товароведение и экспертиза товаров» дневной и заочной формы обучения / В. В. Квасникова. – Витебск : УО «ВГТУ», 2010. – 40 с.
  11. Климченя, Л. С. Организация и технология торговли : практикум / Л. С. Климченя, О. А. Боровская, В. В. Лагойко. – Минск : БГЭУ, 2008. – 235 с.
  12. Коммерческая деятельность : стратегия, организация, управление. Учеб. пособие для вузов / под ред. В. К. Козлова, С. А. Уварова. – С.-Петербург: Политехника, 2000. – 322 с.
  13. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм) : учебник / О. А. Новиков, В. А. Бахарев, С. А. Уваров [и др.]; под ред. О. А. Новикова, В. В. Щербакова. – С.- Петербург : Изд-во СПбГУЭФ, 1999. – 416 с.
  14. Коммерческая деятельность: метод. указания к практическим занятиям для студентов спец. Э 02.01.00 «Коммерческая деятельность» / УО «ВГТУ». Сост. О, Н. Жучкевич. – Витебск: УО ВГТУ, 2003. – 65 с.
  15. Коммерческая деятельность: методические указания к выполнению курсовой работы для студентов спец. 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» дневной и заочной форм обучения / УО «ВГТУ». Сост. О. Н. Жучкевич. – Витебск: УО ВГТУ, 2012. – 58 с.
  16. Кравченко, Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле : учебник / Л. И. Кравченко. – Москва : Новое знание, 2007.
  17. Логистика. Методические указания к решению практических заданий и проведению деловых игр для студентов экономических специальностей / составитель: ст. преп. Жучкевич О. Н. – Витебск: Министерство образования Республики Беларусь, УО «ВГТУ», 2009. – 50 с.
  18. Методические указания по выполнению и оформлению дипломных работ студентов экономических специальностей / составители: Дулебо Е. Ю., Е. Н. Домбровская, Т. Б. Савицкая, В. В. Квасникова. – Витебск: УО «ВГТУ», 2008. – 44 с.
  19. Мисникова, Л. В. Организация труда в торговле : учеб пособие / Л. В. Мисникова, Н. А. Сныткова. – Минск: Изд-во Гревцова, 2010. – 184 с.
  20. Осипова, Л. В. Основы коммерческой деятельности: учеб. для экон. спец. вузов / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ЮНИТИ - ДАНА, 2000. – 623 с.
  21. Отскочная, З. В. Организация и технология торговли : учебное пособие / З. В. Отскочная [и др.]. – Москва : Академия, 2010. – 192 с.
  22. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность : учебн. для высш. и средн. спец. учеб. заведений / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серегина. – 3-е изд. – Москва: Маркетинг, 1997.– 328 с.
  23. Панкратов, Ф. Г. Основы рекламы: учебник для студентов вузов, обучающихся по спец. «Реклама» / Ф. Г. Панкратов, Ю. К. Баженов, В. Г. Шахурин. – 9-е изд., перераб. и доп. – Москва: Дашков и К, 2007. – 532 с.
  24. Платонов, В. Н. Организация торговли : учебное пособие / В. Н. Платонов. – Минск : БГЭУ, 2009. – 287 с.
  25. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность: учеб.для вузов / Ф. П. Половцева. – Москва: ИНФРА-М, 2003. – 248 с.
  26. Ромина, А. Г. Коммерческая деятельность : учеб.пособие / А. Г. Ромина. – Минск : БГЭУ, 2009. – 317 с.
  27. Ромина, А. Г. Оптовая торговля / А. Г. Ромина, В. В. Лагойко, В. М. Рыбаков; под ред. А. Г. Роминой. – Минск: ИВЦ Маркетинг, 2002. – 220 с.
  28. Стерлигова, А. Н. Управление запасами в цепях поставок : учебник / А. Н. Стерлигова. – Москва: ИНФРА – М, 2008. – 430 с.

***Дополнительная литература***

* 1. Алехнович, А. В. Внешнеэкономическая предпринимательская деятельность. Практическое пособие / А. В. Алехнович. – Минск: Дикта, 2009. – 128 с.
  2. Багиев, А.Г. Международный маркетинг: учебник для вузов / А. Г. Багиев, Н. К. Люксеева, В. И. Черенков. – СПб. Питер. 2008. – 688 с.
  3. Буглай, В. Б. Международные экономические отношения / В. Б Буглай, Н. Н. Ливенцев. – Москва: Финансы и статистика, 2004.
  4. Внешнеэкономическая деятельность предприятия. Учебник для ВУЗов / под ред. Стровский Л.Е. – Юнити-Дана. 2010. – 503 с.
  5. Катернюк, А. В. Практическая реклама: учебное пособие для студентов экон. спец. / А. В. Катернюк. – Ростов- на-Дону: Феникс, 2008. – 429 с.
  6. Мировая экономика и внешнеэкономическая деятельность: учебное пособие / М.И. Плотницкий [и др.]. – Минск: Современная школа, 2011. – 611 с.
  7. Михайлов, Д. М. Международные расчеты и контракты / Д. М. Михайлов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: Юрайт из-во, 2008.
  8. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: учебное пособие / кол.авторов; под ред. А. А. Есютина и Е. В. Карповой. – Москва: КНОРУС, 2007. – 424 с.
  9. Титкова, Л. М. Рекламная деятельность / Л. М. Титкова. – Минск: Дизайн ПРО, 2005. – 256 с.
  10. Турбан, Г. В. Экономика и управление внешнеэкономической деятельностью: учеб.пособие / Г. В. Турбан. – Минск: БГЭУ, 2007.
  11. Фатхутдинов, Р. А. Глобальная конкурентоспособность / Р. А. Фатхудинов. – Москва: Стандарты и качество, 2009.
  12. Шуляков Л. В. Оборудование предприятий торговли : учеб. пособие для студ. вузов по спец. «Коммерческая деятельность в агропромышленном комплексе» / Л. В. Шуляков. – Минск : Новое знание, 2004. – 320 с.

**Приложение 1**

**Образец оформления титульного листа**

# Министерство образования Республики Беларусь

# Учреждение образования «Витебский государственный технологический

# университет»

#### Кафедра «Коммерческая деятельность»

# **ОТЧЕТ**

по преддипломной практике в/на \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(наименование организации (предприятия)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Студент заочного факультета,  4 курса, группы Кдс- |  |  |
|  |  | (Ф.И.О) |
|  |  |  |
| Руководитель от университета |  |  |
|  |  | (Ф.И.О) |
|  |  |  |
| Руководитель от организации (предприятия) |  |  |
|  |  | (Ф.И.О) |

#### 

Витебск

20­\_\_

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на 201/201 учебный год

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № | Дополнения и изменения | Основание |
| 1. | не вносятся |  |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

«Коммерческая деятельность» (протокол № г.)

(название кафедры)

Заведующий кафедрой

Доцент, к. э. н.\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Н. Л. Прокофьева

(ученая степень, ученое звание) (подпись) (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ А. М. Тимофеев

(ученая степень, ученое звание) (подпись) (И.О.Фамилия)