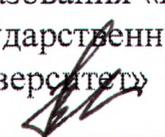


**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ «БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

Первый проректор Учреждения  
образования «Белорусский  
государственный экономический  
университет»

 В.Ю. Шутилин

«23» 11 2018 г.

Регистрационный № 15-18

**ПРОГРАММА  
КОММЕРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

**для специальности:**

1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

**специализации:**

1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления»;

1-25 01 10 18 «Коммерческая деятельность на предприятии общественного питания»;

1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке»

**СОСТАВИТЕЛИ:**

С.В. Стасюкевич ассистент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»;

Т.А. Осипович ассистент кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук.

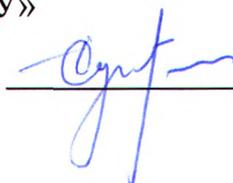
**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 3 от 8 ноября 2018 г.)

Советом факультета коммерции и туристической индустрии Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 3 от 28 ноября 2018 г.)

**СОГЛАСОВАНО:**

Руководитель практики УО «БГЭУ»



П.Г. Буторин

Ответственный за выпуск: Стасюкевич С.В.

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| 1 Пояснительная записка.....   | 4  |
| 2 Организация проведения практики.....   | 5  |
| 3 Содержание коммерческой практики.....  | 8  |
| 4 Информационно-методическая часть.....  | 24 |
| 5 Календарно-тематический план прохождения коммерческой<br>практики.....                 | 28 |
| Приложение А Обязанности студента-практиканта.....                                       | 29 |
| Приложение Б Обязанности руководителя практики от организации.....                       | 30 |
| Приложение В Обязанности руководителя практики от кафедры.....                           | 31 |
| Приложение Г Примерное содержание отчёта о прохождении<br>коммерческой практики.....     | 33 |
| Приложение Д Образец титульного листа отчета о прохождении<br>коммерческой практики..... | 34 |
| Приложение Е Примерные темы индивидуальных заданий.....                                  | 35 |

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Коммерческая практика является важным этапом в подготовке высококвалифицированных специалистов, продолжением учебного процесса в производственных условиях.

Программа коммерческой практики разработана в соответствии с образовательным стандартом по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность».

**Цель коммерческой практики** — овладение студентами практическими навыками и умениями в области организации коммерческой деятельности, их подготовка к самостоятельной профессиональной деятельности по специальности «Коммерческая деятельность».

**Задачи коммерческой практики** — закрепление, расширение и систематизацию знаний, полученных студентами по дисциплине «Коммерческая деятельность», овладение практическими навыками и приемами решения конкретных задач, связанных с деятельностью субъектов торговли, общественного питания и производственных предприятий, сбор фактического материала для написания курсовой работы.

**В процессе прохождения практики студент должен изучить и проанализировать:**

- экономические показатели развития субъекта торговли и общественного питания (производственного предприятия) и его структурных подразделений;
- организационную структуру управления субъекта торговли и общественного питания (производственным предприятием); структуру персонала субъекта торговли и общественного питания (производственного предприятия);
- основные направления коммерческой работы субъекта торговли и общественного питания (производственного предприятия);
- существующие и потенциальные возможности субъекта торговли и общественного питания (производственного предприятия) на рынке.

**В результате прохождения практики студент должен знать:**

- методы изучения покупательского спроса;
- организацию хозяйственных связей по поставкам товаров;
- организацию оптовой закупки (и оптовой продажи) товаров народного потребления;
- принципы формирования ассортимента товаров;
- особенности планирования рекламной деятельности субъекта торговли и общественного питания (производственного предприятия).

**В результате прохождения практики студент должен уметь:**

- использовать показатели статистической и бухгалтерской отчетности объекта исследования при оценке эффективности коммерческой деятельности;
- осуществлять документальное оформление отдельных коммерческих операций;
- применять различные методы изучения спроса потребителей;
- создавать банк коммерческой информации;

- составлять конъюнктурные обзоры; на основе анализа рынка прогнозировать потребности населения в товарах народного потребления;
- управлять товарными запасами;
- устанавливать деловые связи с поставщиками товаров;
- эффективно использовать различные методы оптовой продажи товаров;
- использовать современные приемы и методы маркетинга в коммерческой деятельности по исследованию рынка, формированию ассортимента товаров;
- планировать рекламную деятельность и рассчитывать эффективность применения рекламных средств.

**В результате прохождения практики студент должен приобрести навыки:**

- работы с документами;
- сбора и анализа статистической, управленческой и коммерческой информации;
- оформления результатов конъюнктурных наблюдений за состоянием рынка товаров народного потребления.
- ведения договорно-претензионной работы;
- выполнения различных коммерческих операций.

Период проведения коммерческой практики определяется учебными планами специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» специализаций 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления», 1-25 01 10 18 «Коммерческая деятельность на предприятии общественного питания», 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке».

Продолжительность коммерческой практики для студентов дневной формы обучения - 3 недели; для студентов заочной формы обучения - 2 недели.

## **2 ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРАКТИКИ**

Практика студентов организуется на основании договоров, заключаемых с организациями Республики Беларусь независимо от их формы собственности и подчиненности. Иностранные студенты по предложению кафедры коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках могут проходить практику за пределами Республики Беларусь.

Студенты проходят практику в организациях розничной и оптовой торговли, объектах общественного питания, промышленных предприятиях, объединениях различных форм собственности соответствующих профилю подготовки специалистов в университете по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» специализаций 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления», 1-25 01 10 18 «Коммерческая деятельность на предприятии общественного питания», 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке».

Место практики может быть выбрано студентом самостоятельно при условии соответствия организации требованиям, обеспечивающим выполнение

программы практики в полном объеме. В этом случае студент представляет на кафедру гарантийное письмо организации о согласии принять его на практику. В последующем с этой организацией заключается договор.

Обязанности студента определяются кафедрой в соответствии с приложением А.

Предприятия, организации, учреждения, используемые в качестве баз практики, должны отвечать следующим требованиям:

- наличие структурных подразделений или специалистов по профилю специальности и специализации;

- возможность квалифицированного руководства практикой студентов;

- возможность предоставления студенту права пользования имеющейся литературой, технической и другой документацией, необходимой для выполнения программы практики.

До начала практики студент обязан полностью выполнить учебный план за соответствующий курс, согласовать с руководителем практики от кафедры все организационные вопросы. Студент должен явиться на место прохождения практики в срок, установленный учебным планом. Опоздание на практику без уважительных причин является нарушением учебной дисциплины и влечет за собой продление срока практики. Уважительные причины опоздания должны быть подтверждены соответствующим документом.

Режим работы для студентов-практикантов устанавливается распоряжением руководителя торговой организации (производственного предприятия). При зачислении студентов на штатные должности в период практики на них распространяются законодательство о труде и правила внутреннего трудового распорядка организации. На студентов, не зачисленных на штатные должности, также распространяется режим рабочего дня, действующий в данной организации.

Продолжительность рабочего дня студентов во время прохождения практики регламентируется Трудовым Кодексом (ТК) Республики Беларусь и составляет не более 40 часов в неделю для студентов старше 18 лет (ст. 112 ТК) и не более 35 часов в неделю для студентов в возрасте от 16 до 18 лет (ст. 114 ТК).

Отпускать студентов с практики по уважительным причинам имеет право декан или руководитель практики от университета. В случае пропусков практика студенту продлевается на соответствующий срок.

Использование студентов в торгово-технологических (складских) и др. процессах, не предусмотренных программой, не допускается.

Оформление на практику и назначение руководителя осуществляет отдел кадров организации по предоставленному студентом направлению.

Общее руководство практикой студентов на базе практики приказом руководителя возлагается, как правило, на одного из заместителей, а непосредственное руководство - на высококвалифицированных специалистов структурных подразделений, имеющих высшее специальное образование. Обязанности руководителя практики от организации представлены в приложении Б.

Студент должен ознакомить руководителя от организации с программой практики, согласовать с ним календарный план-график на весь период, который отражается в дневнике. Студенты, не выполнившие план-график прохождения практики, индивидуальные задания, выданные руководителем, нарушающие трудовую дисциплину, по представлению руководителей практики вызываются на заседание кафедры, где принимается соответствующее решение.

В первый день практики студент проходит инструктаж по технике безопасности и охране труда, знакомится с историей торговой организации (производственного предприятия), правилами трудового распорядка, порядком получения материалов и документов. Затем студент приступает к углубленному изучению вопросов в соответствии с настоящей программой практики и планом-графиком.

Студент обязан вести рабочую тетрадь, в которую ежедневно вносятся записи по отдельным вопросам в соответствии с программой практики, замечания, предложения и т.п. В дневнике выполненная работа записывается кратко. Рабочая тетрадь и дневник должны постоянно находиться у студента и представляются руководителю от кафедры при посещении им места практики.

**Руководство практикой** студентов осуществляется преподавателями кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости совместно с руководителем от организации (производственного предприятия).

Руководитель практики от кафедры обеспечивает учебно-методическую помощь студентам в освоении программы практики, определяет индивидуальные задания, проводит консультации и собеседования по изучению отдельных вопросов программы и написанию отчетов по практике, готовит отзыв и принимает защиту отчетов. Обязанности руководителя практики от кафедры представлены в приложении В.

Руководитель практики от кафедры обязан осуществлять постоянную связь с руководителем практики от торговой организации (производственного предприятия), согласовывать с ним размещение практикантов по рабочим местам (отделам, управлениям) и решать другие организационные вопросы.

При посещении базы практики, руководитель практики от кафедры проводит консультации, контролирует работу студента и выполнение им программы, проверяет правильность ведения дневника, оказывает помощь в выполнении индивидуального задания.

Руководитель практики от организации в соответствии с содержанием программы организует работу студента, составляет индивидуальный календарный план прохождения практики, обеспечивает участие практиканта в коммерческих операциях, оказывает помощь в сборе материалов, предоставляет возможность пользования имеющейся документацией и другими материалами, оказывает помощь в выполнении индивидуального задания, контролирует соблюдение трудовой дисциплины, ведение дневника и т.п.

После окончания практики руководитель от торговой организации (производственного предприятия) заверяет записи в дневнике, оценивает отчет студента по практике и выдает ему характеристику, заверенную печатью.

### 3 СОДЕРЖАНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ

#### 3.1 Организационно - экономическая характеристика субъекта торговли (субъекта общественного питания, производственного предприятия, другого объекта практики)

Указать название и месторасположение базы практики. Ознакомиться с Уставом торговой организации (производственного предприятия), содержанием лицензии. В отчете указать, кем и когда утверждены данные документы, определить организационно-правовой статус организации, ее тип (для магазинов), цель, задачи и виды деятельности, режим работы.

Охарактеризовать удобство транспортного сообщения, соответствие режима работы интенсивности покупательских потоков и времени работы других торговых организаций в районе обслуживания (таблица 1), сделать выводы по результатам анализа.

**Таблица 1 — Основные характеристики объекта**

| Показатель   | Значение |
|--|----------|
| Общая площадь помещений, м <sup>2</sup>            |          |
| Площадь производственных помещений, м <sup>2</sup> |          |
| Общая площадь торгового зала, м <sup>2</sup>       |          |
| Количество посадочных мест, ед                     |          |
| Режим работы                                       |          |
| - время открытия                                   |          |
| - обеденный перерыв                                |          |
| - время закрытия                                   |          |
| - выходные дни                                     |          |
| - санитарный день                                  |          |
| Пропускная способность, человек в день             |          |
| Среднее количество покупок (блюд) в день, шт.      |          |
| Ассортимент  |          |
| Уровень цен  |          |
| Форма обслуживания                                 |          |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Провести анализ основных экономических результатов функционирования объекта практики на базе данных Отчета о прибылях и убытках. Результаты анализа оформить в таблице 2.

Дать экономическую интерпретацию приведенным показателям, указать, какие мероприятия проводятся в текущем году по совершенствованию работы торговой организации (производственного предприятия).

Ознакомиться с организационной структурой управления, правилами внутреннего трудового распорядка, охраны труда и правилами техники безопасности, штатным расписанием, порядком присвоения работникам квалификационных категорий, положениями по оплате труда и премирования

работников (которые могут быть как отдельными документами, так и разделом коллективного договора).

**Таблица 2 — Основные экономические показатели хозяйственной деятельности за 20\_\_ - 20\_\_ гг.**  
(торговой организации, промышленного предприятия)

| Показатели  | 20__ г. | 20__ г. | Отклонение (+; -) | Темп изменения, % |
|---|---------|---------|-------------------|-------------------|
| 1   | 3       | 4       | 5                 | 6                 |
| Выручка от реализации товаров, работ, услуг                                 |         |         |                   |                   |
| - в действующих ценах, тыс. р.  |         |         |                   |                   |
| - в сопоставимых ценах, тыс. р.   |         |         |                   |                   |
| Себестоимость реализованной продукции, работ, услуг, тыс. р.                |         |         |                   |                   |
| - в сумме, тыс. р.  |         |         |                   |                   |
| - в % к выручке, %  |         |         |                   |                   |
| Доход от реализации (валовая прибыль)                                       |         |         |                   |                   |
| - в сумме, тыс. р.  |         |         |                   |                   |
| - в % к выручке, %  |         |         |                   |                   |
| Расходы на реализацию   |         |         |                   |                   |
| - в сумме, тыс. р.  |         |         |                   |                   |
| - в % к выручке, %  |         |         |                   |                   |
| Прибыль (убыток) от реализации:   |         |         |                   |                   |
| - в сумме, тыс. р.  |         |         |                   |                   |
| - в % к выручке, %  |         |         |                   |                   |
| Прибыль (убыток) от текущей деятельности, тыс. р.                           |         |         |                   |                   |
| Прибыль (убыток) от инвестиционной, финансовой и иной деятельности, тыс. р. |         |         |                   |                   |
| Чистая прибыль  |         |         |                   |                   |
| - в сумме, тыс. р.  |         |         |                   |                   |
| - в % к выручке, %  |         |         |                   |                   |
| Торговая (складская) площадь, м <sup>2</sup>                                |         |         |                   |                   |
| Выручка от реализации на 1 м <sup>2</sup> складской (торговой) площади      |         |         |                   |                   |
| - в действующих ценах, тыс. р./ м <sup>2</sup>                              |         |         |                   |                   |
| - в сопоставимых ценах, тыс. р./ м <sup>2</sup>                             |         |         |                   |                   |
| Среднесписочная численность работников, чел.                                |         |         |                   |                   |
| Выручка на 1-го работника   |         |         |                   |                   |
| - в действующих ценах, тыс. р /чел.   |         |         |                   |                   |
| - в сопоставимых ценах, тыс. р /чел.  |         |         |                   |                   |

Примечание — Источник:...

В отчете организационную структуру управления представить в виде схемы, определить ее тип, указать основные функции отдельных подразделений, представить штатное расписание.

Провести оценку эффективности коммерческой деятельности исследуемого субъекта (рассчитать показатели в таблице 3 и дать им оценку).

**Таблица 3 — Динамика показателей рентабельности за 20\_\_ - 20\_\_ гг.**

| Показатели                               | 20__ г. | 20__ г. | Отклонение +/- |
|--|---------|---------|----------------|
| Рентабельность оборота, %                |         |         |                |
| Экономическая рентабельность, %          |         |         |                |
| Рентабельность расходов на реализацию, % |         |         |                |
| Рентабельность основных средств, %       |         |         |                |
| Рентабельность оборотных активов, %      |         |         |                |
| Рентабельность ресурсов, %               |         |         |                |
| Рентабельность собственного капитала, %  |         |         |                |
| Рентабельность затрат живого труда, %    |         |         |                |
| Маржа прибыли, р.                        |         |         |                |

Примечание — Источник: собственная разработка.

### 3.2 Управление коммерческой деятельностью субъекта хозяйствования

Студенту необходимо изучить организационную структуру коммерческой службы (отдела). Изучить Положения о структурных подразделениях, выполняющих коммерческие функции.

Проанализировать основные направления коммерческой работы, результаты представить в таблице 4.

**Таблица 4 — Основные функциональные обязанности работников отдела**

*(коммерческого, торгового, маркетинга и т.п.)*

| Должность | Основные функциональные обязанности работников |
|-----------|--|
| 1.        |  |
| 2.        |  |
| 3.        |  |
| ...       |  |

Примечание — Источник: собственная разработка.

На материалах отдельного подразделения (коммерческого отдела, отдела МТС, отдела сбыта, отдела ВЭД и др.) провести анализ половозрастного, качественного и должностного состава работников, результаты анализа оформить в таблицах 5-6.

**Таблица 5 — Половозрастной состав работников \_\_\_\_\_ по состоянию на 1.01.20\_\_ - 1.01.20\_\_ гг.**  
(организация)

| Показатели | 20__ г. |            | 20__ г. |            | Отклонение (+, -) |            |
|------------|---------|------------|---------|------------|-------------------|------------|
|            | чел.    | уд. вес, % | чел.    | уд. вес, % | чел.              | уд. вес, % |
|            |         |            |         |            |                   |            |

|  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|
| Всего работников,<br>в том числе<br>1.женщин<br>- до 29 лет<br>- от 30 до 54 лет<br>- 55 лет и старше<br>2.мужчин<br>- до 29 лет<br>- от 30 до 59 лет<br>- 60 лет и старше |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|

Примечание — Источник: собственная разработка.

**Таблица 6 — Качественный состав работников \_\_\_\_\_ в 20\_\_ - 20\_\_ гг.**  
(организация)

| Показатели   | Год |  |  | Отклонение (+; -) | Темп роста (%) |
|--|-----|--|--|-------------------|----------------|
|  |     |  |  |                   |                |
| Всего работников, чел.<br>в том числе имеющих образование:<br>1.высшее, чел.<br>-удельный вес, %<br>2. среднее специальное, чел.<br>- удельный вес, %<br>3. среднее, чел.<br>- удельный вес, % |     |  |  |                   |                |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Изучить требования, предъявляемые к персоналу, результаты исследования, представить в таблице 7.

**Таблица 7 — Требования, предъявляемые к персоналу (изучаемого субъекта хозяйствования)**

| Должность   | Уровень образования | Квалификация | Опыт работы |
|-------------|---------------------|--------------|-------------|
| 1           | 2                   | 3            | 4           |
| 1. Директор |                     |              |             |
| 2.          |                     |              |             |
| 3.          |                     |              |             |
| ...         |                     |              |             |

Примечание — Источник: собственная разработка.

В отчете дать оценку уровню организации труда, соответствию работников занимаемым должностям по образованию и стажу работы, разработать рекомендации по совершенствованию системы управления исследуемой организации (предприятия).

Провести анкетирование сотрудников коммерческой службы и выявить

их оценку эффективности коммерческой работы в данной организации (анкету представить в приложении к отчету).

**Провести анализ информационных технологий, используемых в коммерческой деятельности организации, изучить методы и инструментальные средства автоматизации отдельных функций и задач коммерческой деятельности. Обратит внимание на использование в организации различных форм электронного бизнеса, и дать характеристику соответствующим решениям.**

### 3.3 Факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности

Провести анализ факторов внутренней и внешней среды, оказывающих влияние на развитие коммерческой деятельности организации.

*При анализе факторов, влияющих на развитие организации, рекомендуется использовать следующие инструменты: SWOT-анализ, PEST-анализ, матрицу анализа внешних стратегических факторов, матрицу определения приоритетных внешних факторов, карту стратегических групп, лист анализа конкуренции, профильные матрицы конкурентов.*

Например, провести анализ макроокружения субъекта и представить его результаты в таблице 8.

**Таблица 8 — Анализ глобального окружения** \_\_\_\_\_  
(субъект торговли, общественного питания, промышленного предприятия)

| Среда                | Факторы |
|----------------------|---------|
| Политико-правовая    |         |
| Социально-культурная |         |
| Демографическая      |         |
| Экономическая        |         |
| Технологическая      |         |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Анализ сильных и слабых сторон (SWOT-анализ) деятельности субъекта исследования представить в таблице 9.

**Таблица 9 — SWOT-анализ** \_\_\_\_\_  
(субъект торговли, общественного питания, промышленного предприятия)

|             |                 |
|-------------|-----------------|
| Возможности | Сильные стороны |
| Угрозы      | Слабые стороны  |
|             |                 |

Примечание — Источник: собственная разработка.

### 3.4 Коммерческая деятельность по изучению спроса и управлению ассортиментом

Ознакомиться с основными этапами и применяемыми торговой организацией (промышленным предприятием) методами изучения реализованного, неудовлетворенного и формирующегося спроса (балансовый метод, анкетирование, интервьюирование, наблюдение, статистический, выставки-дегустации, изучение заказов розничных торговых организаций, интуитивный методы и др.). Следует указать структурное подразделение, ответственное за изучение спроса и формирование ассортимента.

Изучить ассортимент продукции/товаров/услуг (таблица 10).

**Таблица 10 — Ассортимент продукции, товаров**

| Наименование | Базовое количество видов /разновидностей, ед. | Фактическое количество видов /разновидностей, ед. |
|--------------|---|---|
|              |   |   |
|              |   |   |
| ...          |   |   |

Примечание— Источник: собственная разработка.

Описать практику разработки, утверждения и согласования ассортиментного перечня (к отчету приложить его копию).

Провести детальный и последовательный анализ данных о товарообороте в целом и в разрезе ассортиментных групп (таблица 11) и структурных подразделений (таблица 12).

Изучить и описать практику учета реализации товаров (к отчету приложить соответствующие формы статистической отчетности).

**Таблица 11 — Структура товарооборота по товарным группам в 20\_\_ - 20\_\_ гг.**

(торговая организация)

| Товарные группы (товары) | 20__ год                  |            | 20__ год                  |                             |            | Отклонение ; +/-          |                          |               | Темп изменения, % |                  |
|--------------------------|---------------------------|------------|---------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------------------------|---------------|-------------------|------------------|
|                          | т/о в факт. ценах, тыс.р. | уд. вес, % | т/о в факт. ценах, тыс.р. | т/о в сопост. ценах, тыс.р. | уд. вес, % | т/о в факт. ценах, тыс.р. | т/о в соп. ценах, тыс.р. | уд. вес, п.п. | в факт. ценах     | т/о в соп. ценах |
|                          |                           |            |                           |                             |            |                           |                          |               |                   |                  |
| ...                      |                           |            |                           |                             |            |                           |                          |               |                   |                  |
| Всего                    |                           | 100        |                           |                             | 100        |                           |                          | -             |                   |                  |

Примечание — Источник: собственная разработка.

**Таблица 12 — Структура товарооборота по подразделениям**

| Наименование секций (отделов) | Удельный вес в объеме выручки от реализации |              |             | Отклонение от |           |
|-------------------------------|---|--------------|-------------|---------------|-----------|
|                               | 20__ год, %                                 | 20__ года, % | 20__ год, % | 20__ года     | 20__ года |
|                               |   |              |             |               |           |
|                               |   |              |             |               |           |
|                               |   |              |             |               |           |
| Всего:                        | 100,00                                      | 100,00       | 100,00      |               |           |

Примечание— Источник: собственная разработка.

Изучить практику учета неудовлетворенного спроса, привести используемые торговой организацией формы для его регистрации (Книга учета неудовлетворенного спроса и др.).

За период практики определить динамику и структуру посещения торгового объекта, объекта общественного питания покупателями (потребителями), результаты исследования представить в виде диаграмм.

С целью изучения реализованного и неудовлетворенного спроса по одной ассортиментной группе разработать анкету и провести анкетирование покупателей. Анкету и результаты исследования представить в приложениях. В отчете представить анализ результатов исследования, на их основе разработать рекомендации по оптимизации ассортимента.

Сделать выводы об организации коммерческой работы по изучению спроса и определить пути повышения ее эффективности.

Определить степень обновляемости ассортимента (на материалах десяти товаров), результаты оценки представить в таблице 13.

**Таблица 13 — Степень обновляемости ассортимента в \_\_\_\_\_ в 20\_\_ г.**  
(предприятие, организация)

| Наименование товара, продукции, услуг | Количество разновидностей, ед. |                   | Степень обновляемости, %<br>ст. 3/ст. 4 |
|---------------------------------------|--------------------------------|-------------------|---|
|                                       | всего                          | в том числе новых |   |
| 1                                     | 2                              | 3                 | 4                                       |
|                                       |                                |                   |   |
| Итого                                 |                                |                   |   |

Примечание— Источник: собственная разработка.

Изучить практику формирования товарных запасов. Динамику товарных запасов в разрезе товарных групп (товаров, продукции, сырья) представить в таблице 14.

**Таблица 14 — Динамика товарных запасов в ассортиментном разрезе за 20\_\_ - 20\_\_ гг.**

| Группы товаров | Товарные запасы на 01.01.20__ г. | Товарные запасы на 31.12.20__ г. | Отклонение; +/- |
|----------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------|
|                |                                  |                                  |                 |

|   | сумма, тыс.<br>р. | уд. вес,<br>% | сумма,<br>тыс. р. | уд. вес,<br>% | по сумме,<br>тыс. р. | по уд.<br>весу,<br>% |
|---|-------------------|---------------|-------------------|---------------|----------------------|----------------------|
| 1 | 2                 | 3             | 4                 | 5             | 6                    | 7                    |
|   |                   |               |                   |               |                      |                      |
|   |                   |               |                   |               |                      |                      |

Примечание— Источник: собственная разработка по данным \_\_\_\_\_.

Оценить эффективности использования товарных запасов, результаты представить в таблице 15.

**Таблица 15 — Эффективность использования товарных запасов в 20\_\_ - 20\_\_ гг.**

| Показатели  | 201__ г. | 201__ г. | Отклонение<br>(+,-) | Темп<br>изменения, % |
|---|----------|----------|---------------------|----------------------|
| Товарооборот в действующих ценах, тыс.<br>р.                  |          |          |                     |                      |
| Средние товарные запасы за период, тыс. р.                    |          |          |                     |                      |
| Время обращения товарных запасов, тыс. р.                     |          |          |                     |                      |
| Прибыль от реализации, тыс. р.                                |          |          |                     |                      |
| Прибыль, приходящаяся на единицу<br>товарных запасов, тыс. р. |          |          |                     |                      |

Примечание— Источник: собственная разработка по данным \_\_\_\_\_.

Разработать конструктивные предложения по совершенствованию ассортиментной политики организации.

### 3.5 Коммерческая деятельность по закупке (приобретению) товаров (продукции, работ, услуг)

Коммерческая деятельность по закупкам товаров: формы хозяйственных связей с поставщиками товаров, механизм заключения договоров (сделок), источники и поставщики товаров и значение каждого из них, формы расчетов. Дать конкретный цифровой материал по видам поставщиков товаров и товарным группам (в виде таблиц) с анализом результатов. Результаты анализа представить в таблицах 16, 17.

**Таблица 16 — Источники формирования товарных ресурсов \_\_\_\_\_ в 20\_\_ г.** (предприятие, организация)

| Наименование<br>товаров | Объем поставки    |            |                   |            |                       |            |
|-------------------------|-------------------|------------|-------------------|------------|-----------------------|------------|
|                         | От пром. пред.    |            | От оптовых баз    |            | От других посредников |            |
|                         | сумма,<br>млн. р. | уд. вес, % | сумма,<br>млн. р. | уд. вес, % | сумма, млн. р.        | уд. вес, % |
|                         |                   |            |                   |            |                       |            |
|                         |                   |            |                   |            |                       |            |

Примечание — Источник: собственная разработка.

**Таблица 17 — Объемы закупки и реализации товаров \_\_\_\_\_ в 20\_\_-20\_\_ гг.**  
( предприятие, организация)

| Наименование товаров | Объем закупки, тыс. р.<br>(ед.) |         | Объем реализации, тыс. р.<br>(ед.) |         | Отклонение (+,-) |         |
|----------------------|---------------------------------|---------|------------------------------------|---------|------------------|---------|
|                      | 20__ г.                         | 20__ г. | 20__ г.                            | 20__ г. | 20__ г.          | 20__ г. |
|                      |                                 |         |                                    |         |                  |         |
|                      |                                 |         |                                    |         |                  |         |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Изучить договорную работу:

- документальное оформление сделок,
- формы расчетов за товары,
- порядок учета и контроля за выполнением договорных обязательств,
- ответственность за нарушение условий договоров.

Провести анализ содержания договоров поставки товаров на их соответствие требованиям Положения о поставках товаров в Республике Беларусь, заполнить предлагаемую ниже форму (таблица 18). Анализируются данные нескольких поставщиков товаров одной товарной группы.

**Таблица 18 — Содержание договоров поставки товаров**

| Раздел договора из Положения о поставках товаров в РБ | Содержание договоров с поставщиками товаров одной товарной группы |             |
|---|---|-------------|
|   | Поставщик 1   | Поставщик 2 |
| Вид договора  |   |             |
| Порядок заключения                                    |   |             |
| Место заключения                                      |   |             |
| Поставщик и его реквизиты                             |   |             |
| Срок действия договора                                |   |             |
| Предмет договора                                      |   |             |
| Количество  |   |             |
| Ассортимент   |   |             |
| Качество  |   |             |
| Комплектность   |   |             |
| Гарантии  |   |             |
| Транспорт   |   |             |
| Тара, упаковка, маркировка                            |   |             |
| Страхование   |   |             |
| Цена товара   |   |             |
| Порядок расчетов                                      |   |             |
| Порядок и сроки поставки                              |   |             |
| Ответственность за нарушение договора                 |   |             |

Примечание — Источник: собственная разработка.

По результатам анализа сделать выводы и разработать предложения по улучшению договорной работы субъекта торговли (общественного питания). Разработать Протокол урегулирования разногласий по каждому договору.

Основные условия по отдельным договорам представить в таблице 19.

**Таблица 19 — Основные условия договоров поставки с поставщиками**

| Поставщик | Цель приобретения | Порядок поставки | Условия оплаты | Санкции за нарушение сроков оплаты | Санкции за нарушение сроков поставки |
|-----------|-------------------|------------------|----------------|------------------------------------|--------------------------------------|
| 1         | 2                 | 3                | 4              | 5                                  | 6                                    |
|           |                   |                  |                |                                    |                                      |
|           |                   |                  |                |                                    |                                      |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Выявить случаи нарушения договорных обязательств поставщиками товаров (недопоставки, несоответствие качества товаров предъявляемым требованиям и др.).

Оценить степень выполнения договорных обязательств поставщиками, результаты оценки представить в таблице 20.

**Таблица 20 — Оценка степени выполнения договорных обязательств поставщиками**

| Поставщик | План. объем закупки (по договору, заявке), тыс. р. |       | Объем поставки факт., тыс. р. |       | Отклонение (+,-) |       | Степень выполнения договорных обязательств, % |       |
|-----------|--|-------|-------------------------------|-------|------------------|-------|---|-------|
|           | 20_г.  | 20_г. | 20_г.                         | 20_г. | 20_г.            | 20_г. | 20_г.   | 20_г. |
|           |  |       |                               |       |                  |       |   |       |
|           |  |       |                               |       |                  |       |   |       |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Провести сравнительную оценку двух-трех поставщиков товаров одного вида (таблица 21), по значимым критериям, выбрать лучшего поставщика. Для оценки использовать 10-бальную шкалу (1 балл – критерий наименее выражен, 10 баллов – наиболее хорошо выражен).

**Таблица 21 — Оценка поставщиков товаров (продукции, услуг)**

| Критерии выбора                         | Ранг (Pi) | К весомости (Kvi = Pi / ΣPi) | Поставщик 1         |                               | Поставщик 2         |                               | Поставщик 3 |
|---|-----------|------------------------------|---------------------|-------------------------------|---------------------|-------------------------------|-------------|
|   |           |                              | Оценка (Oi1), баллы | Взвешенная оценка (Oi1 × Kvi) | Оценка (Oi2), баллы | Взвешенная оценка (Oi2 × Kvi) |             |
| 1                                       | 2         | 3                            | 4                   | 5                             | 6                   | 7                             | ....        |
| Широта ассортимента товаров (продукции) |           |                              |                     |                               |                     |                               |             |
| Цена товара (единицы продукции)         |           |                              |                     |                               |                     |                               |             |

|                                |    |   |  |   |  |   |  |
|--------------------------------|----|---|--|---|--|---|--|
| Качество продукции             |    |   |  |   |  |   |  |
| Удаленность поставщика         |    |   |  |   |  |   |  |
| Формы расчетов                 |    |   |  |   |  |   |  |
| Известность поставщика         |    |   |  |   |  |   |  |
| Минимальная норма отгрузки     |    |   |  |   |  |   |  |
| Помощь в стимулировании продаж |    |   |  |   |  |   |  |
| Условия транспортировки        |    |   |  |   |  |   |  |
| Возможность срочной доставки   |    |   |  |   |  |   |  |
| Другие значимые критерии ..... |    |   |  |   |  |   |  |
| Итого                          | Pi | 1 |  | Σ |  | Σ |  |

Примечание — Источник: собственная разработка.

### 3.6 Коммерческая деятельность на внешнем рынке

*Раздел выполняется в случае осуществления объектом практики ВЭД.*

Изучить функции, количественный и качественный состав подразделения, осуществляющего внешнеторговую деятельность.

Проанализировать динамику объема, товарной и географической структуры экспорта и/или импорта товаров за последние 3-5 лет. Составить аналитические таблицы 22, 23, 24.

**Таблица 22 — Показатели внешнеторговой деятельности организации (предприятия) в 20\_\_ - 20\_\_ гг.**

| Показатели                                  | 20__ г. | 20__ г. | Отклонение, +/- | Темп изменения, % |
|---|---------|---------|-----------------|-------------------|
| Объем произведенной продукции, тыс.р.       |         |         |                 |                   |
| Объем реализованной продукции, в том числе: |         |         |                 |                   |
| на внутреннем рынке, тыс. р.                |         |         |                 |                   |
| на внешнем рынке, тыс.р.                    |         |         |                 |                   |
| Внешнеторговый оборот, млн р. в т.ч.        |         |         |                 |                   |
| экспорт, тыс. р.                            |         |         |                 |                   |
| импорт, тыс. р.                             |         |         |                 |                   |
| сальдо, тыс. р.                             |         |         |                 |                   |

Примечание — Источник: собственная разработка.

**Таблица 23 — Региональная структура экспортных и импортных операций за 20\_\_ - 20\_\_ гг.**

| Показатели                              | 20__ год,<br>тыс. долл. | 20__ год,<br>тыс. долл. | Отклонение,<br>+/- | Темп<br>изменения, % |
|---|-------------------------|-------------------------|--------------------|----------------------|
| Внешнеторговый оборот, всего,<br>в т.ч. |                         |                         |                    |                      |
| со странами вне СНГ                     |                         |                         |                    |                      |
| со странами СНГ, в т.ч.                 |                         |                         |                    |                      |
| с Россией                               |                         |                         |                    |                      |
| с др. странами СНГ (без России)         |                         |                         |                    |                      |
| Экспорт, всего, в т.ч.                  |                         |                         |                    |                      |
| в страны вне СНГ                        |                         |                         |                    |                      |
| в страны СНГ, в т.ч.                    |                         |                         |                    |                      |
| в Россию                                |                         |                         |                    |                      |
| в др. страны СНГ (без РФ)               |                         |                         |                    |                      |
| Импорт, всего, в т.ч.                   |                         |                         |                    |                      |
| из стран вне СНГ                        |                         |                         |                    |                      |
| из стран СНГ, в т.ч.                    |                         |                         |                    |                      |
| из России                               |                         |                         |                    |                      |
| из др. страны СНГ (без РФ)              |                         |                         |                    |                      |

Примечание — Источник: собственная разработка.

**Таблица 24 — Товарная структура экспортных (импортных) операций за 20\_\_ - 20\_\_ гг.**

| Вид продукции | 20__ год, тыс.<br>долл. | 20__ год, тыс.<br>долл. | Отклонение, (+/_) | Темп роста,<br>% |
|---------------|-------------------------|-------------------------|-------------------|------------------|
|               |                         |                         |                   |                  |
|               |                         |                         |                   |                  |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Дать конструктивные предложения по повышению эффективности внешнеторговой деятельности.

### **3.7 Коммерческая работа по оптовой (розничной) продаже продукции, товаров, работ, услуг. Инструменты стимулирования продажи продукции, товаров, работ, услуг.**

Необходимо представить краткую характеристику покупателей, методов и форм продажи товаров, продукции, а также оказываемых услуг оптовым покупателям. В отчете студент должен привести цифровой материал, представленный в виде таблиц, копий документов и т.п.

Проанализировать структуру оптовой реализации продукции отдельным покупателям и в разрезе форм и методов продажи товаров. Результаты анализа представить в таблицах 25, 26, 27.

**Таблица 25 — Структура реализации продукции \_\_\_\_\_ в**

ассортиментном разрезе за 20\_\_ - 20\_\_ гг.

| Ассортиментные группы/виды/разновидности продукции, товаров, работ, услуг | Оптовый товарооборот за 20__ г. |            | Оптовый товарооборот за 20__ г. |            | Отклонение (+,-)  |                |
|---|---------------------------------|------------|---------------------------------|------------|-------------------|----------------|
|   | сумма, тыс.р.                   | уд. вес, % | сумма, тыс.р.                   | уд. вес, % | по сумме, тыс. р. | по уд. весу, % |
|   |                                 |            |                                 |            |                   |                |
|   |                                 |            |                                 |            |                   |                |
| Прочие покупатели   |                                 |            |                                 |            |                   |                |
| Итого   |                                 | 100        |                                 | 100        |                   |                |

Примечание — Источник: собственная разработка.

**Таблица 26 — Структура реализации продукции \_\_\_\_\_ в разрезе покупателей в 20\_\_ - 20\_\_ гг.**

| Наименование организации-покупателя | Вид хозяйственного договора | Товарооборот за 20__ г. |            | Товарооборот за 20__ г. |            | Отклонение (+,-)  |                |
|-------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|------------|-------------------------|------------|-------------------|----------------|
|                                     |                             | сумма, тыс. р.          | уд. вес, % | сумма, тыс. р.          | уд. вес, % | по сумме, тыс. р. | по уд. весу, % |
|                                     |                             |                         |            |                         |            |                   |                |
|                                     |                             |                         |            |                         |            |                   |                |
| Прочие покупатели                   |                             |                         |            |                         |            |                   |                |
| Итого                               |                             |                         | 100        |                         | 100        |                   |                |

Примечание — Источник: собственная разработка.

**Таблица 27 — Структура оптовой реализации продукции \_\_\_\_\_ в разрезе форм и методов продажи товаров в 20\_\_ - 20\_\_ гг.**

| Формы и методы оптовой продажи товаров | Оптовый товарооборот за 20__ г. |            | Оптовый товарооборот за 20__ г. |            | Отклонение (+,-) |                |
|--|---------------------------------|------------|---------------------------------|------------|------------------|----------------|
|  | сумма, млн р.                   | уд. вес, % | сумма, млн р.                   | уд. вес, % | по сумме, млн р. | по уд. весу, % |
| 1                                      | 2                               | 3          | 4                               |            | 5                | 6              |
| 1. Транзитная                          |                                 |            |                                 |            |                  |                |
| 1.1 с участием в расчетах              |                                 |            |                                 |            |                  |                |
| 1.2 без участия в расчетах             |                                 |            |                                 |            |                  |                |
| 2. Складская                           |                                 |            |                                 |            |                  |                |
| 2.1 ...                                |                                 |            |                                 |            |                  |                |
| 2.2 ...                                |                                 |            |                                 |            |                  |                |
| Итого                                  |                                 | 100        |                                 | 100        |                  |                |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Изучить инструменты стимулирования продажи продукции, товаров, работ, услуг и представить рекомендации по повышению их эффективности.

### **3.8 Организация рекламно-информационной деятельности (и сервисного обслуживания потребителей)**

Проанализировать эффективность использования системы коммерческой информации, ресурсов Интернет при организации торговых операций (сайт, электронный обмен данными с клиентами и государственными органами, электронная коммерция и др.) и для рекламирования товаров, услуг и самой торговой организации (промышленного предприятия).

Характерные особенности средств наружной и внутренней рекламы представить в таблицах 28, 29.

**Таблица 28 — Характерные особенности средств наружной рекламы**

| Достоинства | Недостатки |
|-------------|------------|
|             |            |

Примечание — Источник: собственная разработка.

**Таблица 29 — Характерные особенности внутренних рекламных средств**

| Достоинства | Недостатки |
|-------------|------------|
|             |            |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Изучить виды, средства рекламы (таблица 30).

**Таблица 30 — Рекламные средства (акции, мероприятия), используемые в \_\_\_\_\_ в 20\_\_-20\_\_ гг.**  
( предприятие, организация)

| Рекламные средства (акции, мероприятия) | Период проведения (применения) | Количество | Стоимость |
|---|--------------------------------|------------|-----------|
|   |                                |            |           |
|   |                                |            |           |

Примечание — Источник: собственная разработка.

Установить наличие и дать характеристику общедоступной рекламной продукции в торговом зале (поместить образцы в Приложения к Отчету).

Рассмотреть роль поставщиков-изготовителей в рекламной деятельности объекта практики, провести оценку эффективности использования сайта организации для продвижения продукции (услуг)).

Дать оценку экономической и психологической эффективности отдельных мероприятий или средств рекламы.

Для оценки эффективности рекламы студент определяет степень ее психологического воздействия на покупателей путем использования методов наблюдения и опроса. Для этого студент регистрирует реакцию людей на используемое средство рекламы сколько человек прошло около витрины, сколько из них обратили внимание (т.е. остановились) на витрину и какое количество человек после ознакомления с витриной зашло в объект торговли (общественного питания) и купило товар (продукцию) (из выставленных в витрине). Эти данные целесообразно записать в наблюдательном листе по форме, представленной в таблице 31.

**Таблица 31 — Определение эффективности психологического воздействия рекламы**

| Средство рекламы | Прошли около средства рекламы, чел. | Остановились у средства рекламы, чел. | Зашли в объект и сделали покупку, чел. | Степень привлечения внимания, % | Действенность рекламы, % |
|------------------|-------------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------------------|--------------------------|
|                  |                                     |                                       |  |                                 |                          |
|                  |                                     |                                       |  |                                 |                          |
|                  |                                     |                                       |  |                                 |                          |

Примечание — Источник: собственная разработка.

На основании полученных данных по каждому средству рекламы рассчитать степень привлечения внимания покупателей к рекламе в (В) и ее действенность (Д) по формулам:

$$В = (О/П) \cdot 100 , \quad (1)$$

$$Д = (К/О) \cdot 100 , \quad (2)$$

где О – число людей, обративших внимание на рекламу в течение определенного периода;  
 П – общее число людей, которые прошли мимо средства рекламы в тот же период;  
 К – число посетителей объекта, купивших рекламируемый товар.

Изучить организацию сервисного обслуживания потребителей на внутреннем и внешнем рынках (если объект исследования им занимается).

### 3.9 Индивидуальное задание

В период прохождения коммерческой практики студент выполняет индивидуальное задание на одну из актуальных тем, по своей специальности.

Темы индивидуальных заданий представлены в приложении Е. Индивидуальное задание выбирается из общего списка тем по порядковому номеру студента в журнале группы.

При необходимости тема индивидуального задания может быть изменена

руководителем практики от кафедры с учетом специфики объекта практики и проблем, требующих решения. В качестве темы индивидуального задания может быть предусмотрено углубленное изучение отдельных, наиболее важных вопросов программы практики, связанных с темой курсовой работы по дисциплинам «Коммерческая деятельность»/«Внешнеторговая деятельность», тематики НИР кафедры и индивидуальных научных исследований студента.

При выполнении индивидуального задания студент должен проанализировать учебную и научную литературу, публикации в специализированных газетах и журналах, Интернет-ресурсы, изучить практику работы объекта практики, сделать выводы.

Объем индивидуального задания 6-7 страниц.

### **Заключение**

В заключении следует сделать выводы и разработать рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности объекта исследования.

План мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности представить в таблице 37.

**Таблица 37 — План мероприятий по совершенствованию коммерческой деятельности**

| Направления<br>коммерческой работы      | Мероприятия | Ответственные<br>исполнители |
|---|-------------|------------------------------|
| 1                                       | 2           | 3                            |
| 1. Изучение спроса покупателей          |             |                              |
| 2. Управление ассортиментом             |             |                              |
| 3. Организация закупочной деятельности  |             |                              |
| 4. Стимулирование продаж                |             |                              |
| 5. Рекламно-информационная деятельность |             |                              |

Примечание – Источник: собственная разработка.

## 4 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### ОФОРМЛЕНИЕ ОТЧЕТА

Отчет должен содержать сведения о конкретно выполненной студентом работе в период практики и весь материал, отражающий содержание разделов коммерческой практики, календарного плана и индивидуального задания. Учебный материал в отчете не отражается.

Отчет должен включать:

- титульный лист с указанием наименования места практики, фамилии, имени, отчества студента с указанием курса, специальности, срока практики, а также руководителей практики от вуза и от организации (промышленного предприятия);
- содержание с перечнем всех разделов, подразделов с указанием страниц;
- введение (цель, задачи, объект изучения);
- основную часть с описательным, графическим и иллюстративным материалом;
- индивидуальное задание;
- заключение;
- приложения к отчету.

Примерное содержание отчёта о прохождении коммерческой практики представлено в приложении Г.

В отчете по каждому из направлений, включенных в программу, необходимо дать заключение о соответствии их передовой отечественной и зарубежной практике, а также определить и аргументировать собственное мнение.

**Отчет о практике должен быть подписан студентом, непосредственным руководителем практики от организации и утвержден руководителем (заместителем руководителя) организации.**

Для оформления отчета студенту предоставляются в конце практики 2-3 дня. Отчет оформляется в соответствии со стандартом по оформлению студенческих работ. Титульный лист оформляется согласно приложению Д.

Объем отчета 35 - 40 страниц печатного текста на листах формата А4 (210 × 297 мм). К отчету должны быть приложены таблицы, рисунки, бланки, формы и копии документов, которые изучались студентом в соответствии с программой практики.

В отчете рекомендуется представить следующие приложения:

- отчет о прибылях и убытках;
- схему организационно структуры управления;
- положения об отделах (службах);
- должностные инструкции;
- документы, отражающие движение товаров и готовой продукции;
- схемы и графики завоза сырья и товаров
- копии договоров с поставщиками, ТТН;

- ассортиментный перечень (меню, товарную номенклатуру);
- планы коммерческой и/или торгово-производственной деятельности;
- журналы учета заявок и их выполнения;
- - схемы и фотографии производственных, подсобных и торговых помещений;
- технологическую документацию и т.п.

### **ПОДВЕДЕНИЕ ИТОГОВ ПРАКТИКИ**

Дневник практики и отчет о практике в течение трех дней после прибытия с практики (после летних каникул, если практика проводится в июле) сдаются студентом на кафедру. В дневнике в обязательном порядке должны найти отражение отзывы студента и руководителя практики от университета о соответствии базы практики предъявляемым требованиям.

После сдачи на кафедру отчет проверяется руководителем практики от кафедры, который дает заключение о качестве отчета и допуске к зачету.

В течение первых двух недель после окончания практики в соответствии с графиком образовательного процесса студент сдает дифференцированный зачет руководителю практики от кафедры. Если практика проходит после летней экзаменационной сессии, то дифференцированный зачет студент может сдавать руководителю практики от кафедры в течение первых двух недель следующего учебного года. Студенты заочной формы обучения сдают дифференцированный зачет в сроки, определенные приказом ректора.

При проведении дифференцированного зачета студент представляет дневник с письменным отзывом непосредственного руководителя практики от организации о прохождении практики и отчет о выполнении программы практики.

Оценка по практике заносится в экзаменационную ведомость и зачетную книжку, приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов и назначении стипендии в соответствующем семестре. Если зачет по практике проводится после издания приказа о назначении стипендии, то оценка относится к результатам следующей сессии.

Студент, не выполнивший программу практики, а равно получивший отрицательный отзыв о работе или неудовлетворительную оценку при сдаче дифференцированного зачета, повторно направляется на практику в свободное от учебы время. При этом сохраняется предусмотренная учебным планом продолжительность практики.

Если у студента к тому же имелась академическая задолженность по двум дисциплинам по итогам предыдущей экзаменационной сессии, он подлежит отчислению из университета.

### **РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА**

#### **Нормативно-правовые акты**

1 Гражданский кодекс Республики Беларусь, 7 дек. 1998 г. № 218-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 31.12.2014 г. № 226-З // КонсультантПлюс:

Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь.

2 О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: Закон Респ. Беларусь от 08 янв. 2014 г. № 128-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2014. – 2/2126.

3 О государственных закупках товаров (работ, услуг): Закон Респ. Беларусь от 13 июля 2012 г., № 419-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь — 2012. — № 2/1971.

4 О коммерческой тайне: Закон Республики Беларусь от 5 янв. 2013 г., № 16-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. - 2013. – № 2/2014.

5 О защите прав потребителей: Закон Респ. Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-3; с изм. и доп. // КонсультантПлюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2018.

6 Об утверждении Правил продажи отдельных видов товаров и осуществления общественного питания и Положения о порядке разработки и утверждения ассортиментного перечня товаров, ассортиментного перечня продукции общественного питания: постановлением Совета Министров Респ. Беларусь, 22 июля 2014 г., № 703 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2014. – 5/39169.

7 О развитии предпринимательства: Декрет Президента Респ. Беларусь от 23 ноября 2017 г., № 7 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2017. – 1/17364.

8 Положение о порядке размещения (распространения) на территории Республики Беларусь наружной рекламы и ее средств, рекламы на автомобильных транспортных средствах, трамваях, троллейбусах: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 12. нояб. 2007 г., № 1497 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007 — №119 – 2/1321.

#### Учебная литература

1 Башаримова, С.И. Коммерческая деятельность. Практикум: учеб. пособие / С. И. Башаримова, М. В. Дасько. – Минск: Беларуская Энцыклапедыя імя Петруся Броўкі, 2012. – 294 с.

2 Бузукова, Е.А. Ассортимент розничного магазина: методы анализа и практические советы/ Е.А.Бузукова. — СПб.: Питер, 2007. — 176 с.

3 Бузукова, Е.А. Закупки и поставщики. Курс управления ассортиментом в рознице / Е.А. Бузукова; под ред. С.В. Сыроевой. — СПб.: Питер, 2010. — 432 с.

4 Бунеева, Р. И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учебник. – Ростов–на–Дону: Феникс, 2012. – 350 с.

5 Виноградова, С.Н. Коммерческая деятельность: учебник / С.Н. Виноградова. – Минск : Выш. шк., 2010.- 286 с.

6 Внешнеэкономическая деятельность предприятия: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / Л.Е. Стровский [и др.]; под ред. Л.Е. Стровского. - 5-е изд.,

перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 503 с.

7 Гусаков, И.В. Анализ и планирование продаж в компаниях рынка FMCG / И.В. Гусаков. – М.: Книга по Требованию, 2014. – 272 с.

8 Захаренко, Г.П. Выставка: техника и технология успеха / Г. П. Захаренко. — М.; Санкт-Петербур: Вершина, 2006. —230 с.

9 Захарова, Ю.А. Методы стимулирования сбыта: учеб. пособие / Ю. А. Захарова. — М.: Дашков и К, 2013. — 119 с.

10 Карпова, С.В. Рекламное дело: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / С. В. Карпова; Финансовый ун-т при Правительстве РФ. - 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2013. — 431 с.

11 Ключкова, М.С. Мерчандайзинг: учебно-практическое пособие / М. С. Ключкова, Е. Ю. Логинова, А. С. Якорева. — М.: Дашков и К, 2011. — 266 с.

12 Кузнецов, И.Н. Управление продажами: учебно-практ. пособие / И. Н. Кузнецов. - 2-е изд. — М.: Дашков и К, 2011. — 491 с.

13 Организация и технология торговли: учебник / В.Н. Платонов, Л.С. Климченя. – Минск: БГЭУ, 2017. – 426 с.

14 Памбухчиянц, О.В. Организация и технология коммерческой деятельности : учебник для студентов образоват. учреждений среднего проф. образования, обуч. по спец. «Коммерция» (по отраслям) / О. В. Памбухчиянц. — 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Дашков и К°, 2010. – 639 с.

15 Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: учебник для студентов вузов / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. - 12-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2010. – 499 с.

16 Пашуто, В.П. Внешнеэкономическая деятельность предприятий: учеб. пособие для студентов высш. учеб. заведений по спец. «Экон. и упр. на предприятии», «Экон. и орг. производства» / В. П. Пашуто, О. В. Пашуто. — Минск: ИВЦ Минфина, 2009. —358 с.

17 Половцева, Ф.П. Коммерческая деятельность: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальностям: «Коммерция», «Маркетинг», «Товароведение и экспертиза товаров», «Юриспруденция» со специализацией «Коммерческое право» и по направлению «Коммерция» / Ф. П. Половцева. – М.: ИНФРА-М, 2012. – 346 с.

18 Ромина, А.Г. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / А.Г. Ромина. – Минск: БГЭУ, 2009. – 317 с.

19 Русак, Е.С. Экономика организации: Курс лекций./Е.С. Русак — Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2012. — 244 с.

20 Сысоева, С.В. Мерчандайзинг. Курс управления ассортиментом в рознице (+ CD) /С.В. Сысоева, Е.А. Бузукова. — СПб.: Питер, 2010. — 256 с.

21 Уриш, И.В. Организация внешнеторговой деятельности: практикум /И.В. Уриш, С.В. Стасюкевич, М.М. Еременко. - Минск: БГЭУ, 2008. – 235 с.

22 Хилл, Ч. Международный бизнес / Ч. Хилл ; [пер. с англ. ; науч. ред. рус. изд. В.Б. Колчанов]. - 8-е изд. — Санкт-Петербург: Питер, 2013. — 686 с.

23 Чкалова, О.В. Торговое дело: учеб. пособие / О.В. Чкалова. — М.:

Эксмо, 2008. — 320 с.

24 Ярных, Э.А. Информационная инфраструктура и статистический анализ рынка товаров и услуг./Э.А. Ярных. — М.: Финансы и статистика, 2004.— 368 с.

**5 КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОХОЖДЕНИЯ  
КОММЕРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ  
(для студентов дневной формы обучения)**

| № п/п | Содержание работы  | Продолжительность, дни |
|-------|--|------------------------|
| 1.    | Оформление на практику и общее ознакомление с организацией   | 1                      |
| 2.    | Знакомство с особенностями деятельности базы практики  | 1                      |
| 3.    | Знакомство с коммерческой деятельностью по изучению спроса   | 2                      |
| 4.    | Изучение коммерческой деятельности по закупкам товаров   | 3                      |
| 5.    | Изучение подходов к управлению ассортиментом   | 3                      |
| 6.    | Исследование организации оптовой продажи товаров (для оптовых организаций и производственных предприятий)<br>Изучение коммерческой деятельности на внешнем рынке | 2                      |
| 7.    | Организация рекламно-информационной деятельности   | 2                      |
| 8.    | Оценка эффективности коммерческой деятельности   | 2                      |
| 9.    | Оценка перспектив дальнейшего развития организации и разработка мероприятий по совершенствованию ее деятельности   | 1                      |
| 10.   | Проведение исследований в рамках индивидуального задания   | 3                      |
| 11.   | Оформление отчета по практике и индивидуального задания  | 1                      |
|       | Всего  | 21                     |

**5 КАЛЕНДАРНО-ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОХОЖДЕНИЯ  
КОММЕРЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ  
(для студентов заочной формы обучения)**

| № п/п | Содержание работы  | Продолжительность, дни |
|-------|--|------------------------|
| 1.    | Оформление на практику и общее ознакомление с организацией   | 1                      |
| 2.    | Знакомство с особенностями деятельности базы практики  | 1                      |
| 3.    | Знакомство с коммерческой деятельностью по изучению спроса   | 1                      |
| 4.    | Изучение коммерческой деятельности по закупкам товаров   | 1                      |
| 5.    | Изучение подходов к управлению ассортиментом   | 2                      |
| 6.    | Исследование организации оптовой продажи товаров (для оптовых организаций и производственных предприятий)<br>Изучение коммерческой деятельности на внешнем рынке | 2                      |
| 7.    | Организация рекламно-информационной деятельности   | 1                      |
| 8.    | Оценка эффективности коммерческой деятельности   | 2                      |
| 9.    | Оценка перспектив дальнейшего развития организации и разработка мероприятий по совершенствованию ее деятельности   | 1                      |
| 10.   | Проведение исследований в рамках индивидуального задания   | 2                      |
| 11.   | Оформление отчета по практике и индивидуального задания  |                        |
|       | Всего  | 14                     |

## ПРИЛОЖЕНИЕ А

### Обязанности студента-практиканта

Студент, проходящий практику, обязан:

1 Знать своего руководителя практики от кафедры, место и сроки проведения практики.

2 Получить и изучить программу практики и индивидуальное задание.

3 Получить дневник и бланк направления на практику, заполнить все реквизиты этих документов.

4 Явиться на организационное собрание кафедры по вопросу проведения практики.

5 Своевременно прибыть на место практики, пройти инструктаж по охране труда и технике безопасности.

6 Явиться к руководителю практики от организации, ознакомить его с программой практики и индивидуальным заданием, получить указания о дальнейшей работе, составить график проведения консультаций.

7 Изучить и строго соблюдать правила охраны труда и техники безопасности;

8 Выполнять действующие в организации правила внутреннего распорядка.

9 Вести дневник практики с указанием перечня ежедневно проделанной работы.

10 Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры.

11 Выполнить в полном объеме требования программы практики и индивидуального задания.

12 Составить отчет по результатам практики, представить его на проверку и для подписи руководителю практики от организации.

13 По окончании практики сдать пропуск, литературу и имущество, полученные в организации во временное пользование.

14 В установленный срок прибыть на кафедру, представить оформленный дневник, сдать отчет (с подписью руководителя от торговой организации, производственного предприятия, заверенной печатью) для проверки и защиты.

15 Защитить отчет в течение двух недель после окончания практики, а после летней практики - до 15 сентября.

В течение двух недель после окончания практики, а после летней практики - до 15 сентября представить в бухгалтерию университета документы, необходимые для выплаты суточных и оплаты проезда (для студентов, обучающихся за счет бюджетных средств и проходивших практику вне г. Минска).

## ПРИЛОЖЕНИЕ Б

### Обязанности руководителя практики от организации

Руководитель практики от организации, осуществляющий непосредственное руководство практикой, обязан:

- 1 Изучить программу практики.
- 2 Проверить получение студентами инструктажа по технике безопасности и охране труда.
- 3 Ознакомить практикантов с организацией, правилами внутреннего распорядка, порядком получения документов и материалов.
- 4 Обеспечить нормальные условия для прохождения практики студентов в соответствии с программой практики, оказать помощь студентам в составлении календарного графика прохождения практики.
- 5 Назначить дни и часы консультаций. Консультировать студентов по вопросам, предусмотренным программой практики.
- 6 Откорректировать, при необходимости, по согласованию с руководителем практики от университета индивидуальное задание студента и организовать его выполнение.
- 7 Содействовать подбору необходимых материалов для выполнения программы практики, написанию отчета по практике, и индивидуального задания.
- 8 Проверять ведение студентами дневников.
- 9 Периодически проверять табельный учет посещаемости студентами рабочих мест.
- 10 Привлекать студентов к участию в научно-исследовательской работе, в общественных мероприятиях коллектива организации.
- 11 По окончании практики проверить и подписать отчеты студентов по практике и дневники, составить письменный отзыв о работе, заверенный печатью.

## ПРИЛОЖЕНИЕ В

### Обязанности руководителя практики от кафедры

Руководитель практики от кафедры обязан:

#### 1. До начала практики (в университете):

##### 1.1. Изучить основные руководящие документы по практике:

- «Положение о практике студентов, курсантов, слушателей», утвержденное постановлением Совета министров Республики Беларусь от 03.06.2010 № 860 (в ред. постановлений Совмина от 04.08.2011 № 1049, от 09.12.2011 № 1663, от 11.09.2012 № 844, от 08.05.2013 № 356, от 22.08.2013 № 736);

- Положение о порядке организации и проведения практики студентов, утвержденное приказом ректора УО «Белорусского государственного экономического университета»;

- программу производственной практики по специальности;

- приказ ректора университета об организации практики студентов университета в текущем учебном году.

1.2. Познакомиться со студентами, направляемыми на практику под его руководством, и перечнем организаций, на которых студенты будут проходить практику.

1.3. Довести до студентов особенности прохождения практики в конкретной Организации на основе опыта прошлых лет

1.4. Наметить и согласовать на кафедре тематику индивидуальных заданий.

1.5. Проверить наличие у каждого студента программы практики, дневника, направления на практику, заполнение всех реквизитов этих документов.

1.6. Выдать каждому студенту индивидуальное задание для прохождения практики в соответствии с разработанной тематикой.

1.7. Проконсультировать студентов по вопросам сбора и обработки практического материала для отчета и индивидуального задания.

1.8. Составить и согласовать с заведующим кафедрой график посещения объектов практики.

1.9. Принять участие в организационном собрании кафедры со студентами по вопросу проведения практики.

#### 2. До начала практики (в организации):

2.1. За 5-10 дней до начала практики согласовать с организацией вопросы ее подготовки к проведению практики.

2.2. Совместно с руководителем практики от организации распределить студентов по рабочим местам.

2.3. Согласовать график перемещения студентов по рабочим местам.

2.4. Обеспечить руководителей практики от организации программами практики.

2.5. Решить вопросы допуска студентов к информационным ресурсам,

пользованию необходимой документацией и литературой.

### **3. Во время проведения практики:**

3.1. Проверить своевременное прибытие студентов на места практики.

3.2. Контролировать ход прохождения практики студентами. 3.3. Выявлять и своевременно вносить предложения руководителю практики от организации об устранении недостатков, при необходимости сообщать о них руководству организаций. 3.4. Консультировать студентов по вопросам написания курсовых, дипломных работ, разделов отчета по практике. 3.5. Оказывать необходимую научно-методическую помощь руководителям практики от организации. 3.6. Проверять выполнение студентами действующих в организации практики правил внутреннего распорядка, посещение рабочих мест практики и выполнение ими программы практики.

3.7. Изучить возможность заключения хозяйственных договоров с организацией по решению проблемных вопросов, относящихся к профессиональным интересам кафедры.

3.8. Информировать заведующего кафедрой о положении дел на объектах практики, своевременно производить записи в журнал учета посещений организаций.

### **4. По окончании практики:**

4.1. Проверить дневник, отчет о практике, выполнение индивидуального задания, ознакомиться с отзывом на студента, выданного ему руководителем организации.

4.2. Принять зачет по практике.

4.3. В течение трех дней после приема зачетов предоставить краткий отчет о прохождении практики студентами для обсуждения его на заседании кафедры и составления обобщенного отчета.

#### **В отчете должны быть отражены следующие вопросы:**

- сколько студентов было закреплено за руководителем и где они проходили практику;

- характеристика организации, соответствие ее профилю специальностей университета, должности руководителей практики от предприятия;

- анализ уровня организации и проведения практики (расстановка студентов по рабочим местам, выполнение программы, индивидуальных заданий, заданий по научно-исследовательской работе, контроль за ведением дневников, качество отчетов и своевременность их представления, дисциплина и др.);

- количество студентов, работавших за время практики на оплачиваемых должностях; - участие студентов в общественной, научно-исследовательской и рационализаторской работе организаций;

- наиболее ценные предложения студентов, принятые для внедрения в производство;

- отчеты о результатах проверки хода практики со стороны кафедры;

- результаты защиты студентами отчетов по практике;

- недостатки в организации и проведении производственной практики и предложения по ее улучшению.

## ПРИЛОЖЕНИЕ Г

### Примерное содержание отчёта о прохождении коммерческой практики

Оно может быть изменено в соответствии с особенностями места прохождения практики.

### СОДЕРЖАНИЕ

Введение

- 1 Организационно-экономическая характеристика субъекта хозяйствования
- 2 Управление коммерческой деятельностью субъекта хозяйствования
- 3 Факторы, определяющие развитие коммерческой деятельности
- 4 Коммерческая деятельность по изучению спроса и управлению ассортиментом
- 5 Коммерческая деятельность по закупке товаров
- 6 Коммерческая работа по оптовой продаже товаров. Инструменты стимулирования продажи товаров
- 7 Организация рекламно-информационной деятельности и сервисного обслуживания потребителей
- 8 Индивидуальное задание на тему: \_\_\_\_\_  
(тема индивидуального задания)

Заключение

Список использованных источников

Приложение А Организационная структура управления

Приложение Б \_\_\_\_\_

Приложение В \_\_\_\_\_

Приложение Д \_\_\_\_\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ Д

### Образец титульного листа отчета о прохождении практики

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УО «Белорусский государственный экономический университет»

Кафедра коммерческой деятельности и рынка недвижимости

УТВЕРЖДАЮ  
Руководитель организации  
\_\_\_\_\_ ФИО  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

### ОТЧЕТ о прохождении коммерческой практики

|  |                        |     |
|--|------------------------|-----|
| Студент<br>ФКТИ, 3-й курс, ДГС (ДГЗ, ДГГ)              | <u>подпись</u><br>дата | ФИО |
| Руководитель от УО БГЭУ<br>(должность, ученая степень) | <u>подпись</u>         | ФИО |
| Руководитель от организации<br>(должность)             | <u>подпись</u><br>дата | ФИО |

201\_

## ПРИЛОЖЕНИЕ Е

### Темы индивидуальных заданий

- 1 Анализ коммерческой деятельности субъекта торговли (субъекта общественного питания, производственного предприятия)
- 2 Коммерческая информация и организация её защиты в торговой организации (объекте общественного питания, производственном предприятии)
- 3 Оценка организация работы коммерческой службы (отдела, специалиста) в \_\_\_\_\_.(указать место практики) по изучению покупательского спроса
- 4 Организация изучения спроса населения (оптовых покупателей) в организации торговли (объекте общественного питания, производственном предприятии)
- 5 Изучение конъюнктуры рынка и использование его результатов в коммерческой деятельности
- 6 Ассортиментная политика и её роль в коммерческой деятельности
- 7 Формирование ассортимента товаров в объекте торговли (объекте общественного питания, производственном предприятии)
- 8 Управление ассортиментом товаров в \_\_\_\_\_.(указать место практики).
- 9 Организация контроля за состоянием ассортимента товаров (продукции) в \_\_\_\_\_.(указать место практики) и пути его улучшения.
- 10 Организация контроля за состоянием товарных запасов в \_\_\_\_\_.(указать место практики).
- 11 Разработка ассортиментной (товарной) стратегии в \_\_\_\_\_.(указать место практики).
- 12 Анализ организации хозяйственных связей с поставщиками товаров.
- 13 Договорная работа с поставщиками товаров и пути её улучшения.
- 14 Коммерческая деятельность организаций торговли по закупкам продукции/товаров/услуг.
- 15 Коммерческая работа с поставщиками товаров в \_\_\_\_\_.(указать место практики).
- 16 Организация учета и контроля оптовых закупок товаров/продукции/работ/услуг в \_\_\_\_\_.(указать место практики).
- 17 Анализ коммерческой работы по оптовой (розничной) продаже товаров / или Анализ коммерческой деятельности по сбыту (на материалах производственного предприятия).
- 18 Средства стимулирования продаж и их влияние на эффективность хозяйственной деятельности организации.
- 19 Анализ рекламной деятельности субъекта торговли (субъекта общественного питания, производственного предприятия)
- 20 Оценка эффективности применения рекламных средств (внутренних, внешних).
- 21 Эффективность рекламно-информационной деятельности

организации.

22 Оценка эффективности коммерческой деятельности субъекта торговли (субъекта общественного питания, производственного предприятия).

23 Коммерческая деятельность по обеспечению конкурентоспособности организации.

24 Роль и задачи специалистов коммерческих служб в улучшении качества товаров/работ/услуг, обновлении их ассортимента, повышении культуры обслуживания покупателей.

25 Значение закупочной работы в коммерческой деятельности организаций.

26 Организация учета и контроля исполнения договорных обязательств по поставкам товаров в \_\_\_\_\_.(указать место практики).

27 Особенности формирования спроса покупателей на различные товары (работы/продукцию/услуги), их учет в коммерческой работе организаций.

28 Изучение порядка разработки ассортиментной политики организации.

29 Ценовая политики и её роль в коммерческой деятельности организации.

30 Пути повышения конкурентоспособности продукции (товаров, услуг) (на внутреннем или внешнем рынках).

31 Направления повышения экспортного потенциала организации / Направления совершенствования коммерческой деятельности организации.

32 Направления развития электронной коммерции.