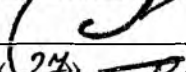


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор
учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


А.В.Егоров
«24» 02 2025 г.
Регистрационный № 325-25

**ПРОГРАММА
ОРГАНИЗАЦИОННО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ ПРАКТИКИ**

для специальности 6-05 04 13 01 «Коммерция»
профилизаций «Коммерция на внешнем рынке», «Электронная коммерция»,
«Торговый бизнес и управление продажами», «Ресторанный бизнес»

СОСТАВИТЕЛИ:

Н.Е.Свирейко, заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

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

Л.С.Климченя, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

И.В.Уриш, доцент кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 16.01.2025 г.)

Заведующий кафедрой



Н.Е.Свирейко

Советом факультета коммерции и туристической индустрии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 22.01. 2025 г.).

Председатель Совета ФКТИ



А.И.Ерчак

Руководитель производственной практики БГЭУ



О.Б.Легкая

1 ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Настоящая Программа организационно-технологической практики разработана в соответствии с Положением о практике студентов, курсантов, слушателей, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 3 июня 2010 г. № 860 (с изменениями и дополнениями); образовательным стандартом высшего образования для специальности «Коммерция» ОСВО 6-05-0413-01-2023; учебными планами учреждения высшего образования по специальности 6-05-0413-01-2023 «Коммерция» с профилизациями «Коммерция на внешнем рынке» (рег. № 23ДГЗ-160 от 05.04.2023), «Электронная коммерция» (рег. № 23ДГЭ-166 от 05.04.2023), «Торговый бизнес и управление продажами» (рег. № 23ДГС-154 от 10.01.2023), «Ресторанный бизнес» (рег. № 23ДГТ-162 от 05.04.2023).

Организационно-технологическая практика направлена на закрепление знаний и умений, полученных в процессе теоретического обучения, ознакомление студентов с их будущей профессиональной деятельностью.

1.1. Целью организационно-технологической практики является овладение студентами практическими навыками и умениями в рамках подготовки к профессиональной деятельности по получаемой специальности.

1.2. Задачи организационно-технологической практики:

- закрепление, углубление и систематизация знаний по учебным дисциплинам «Организация и технология торговли» / «Организация и технология общественного питания», «Поведение потребителей в цифровой среде», «Внешнеторговая деятельность», «Исследование товарных рынков»;

- приобретение практических навыков самостоятельной работы, выработка умений применять их при решении вопросов организации технологических процессов;

- овладение практическими навыками и приемами решения конкретных задач, связанных с деятельностью субъектов торговли, общественного питания и предприятий-производителей;

- сбор фактического материала для написания курсовых работ.

1.3. Продолжительность организационно-технологической практики составляет 2 недели. Сроки проведения практики устанавливаются в соответствии с учебным планом.

1.4. Требования к содержанию программы практики.

В результате прохождения организационно-технологической практики студент должен:

знать:

- экономическую сущность основных понятий по учебным дисциплинам «Организация и технология торговли» / «Организация и технология общественного питания», «Внешнеторговая деятельность», «Исследование товарных рынков», «Поведение потребителей в цифровой среде»;

- классификацию услуг торговли / общественного питания, общие требования к ним, порядок их предоставления;

- виды, методы, формы и организацию обслуживания покупателей в

объектах торговли / общественного питания;

- факторы, влияющие на потребительский выбор при покупке товаров (офлайн- и онлайн-);

уметь:

- находить необходимую информацию при изучении конъюнктуры товарного / внешнего рынка;

- исследовать поведение потребителей товаров (услуг);

- рационально и эффективно организовывать торгово-технологический процесс в объектах торговли / общественного питания;

- применять полученные знания при решении профессиональных задач;

иметь навык:

- сбора информации для проведения анализа поведения потребителей / состояния рынка;

- организации торгово-технологических процессов в объектах торговли / общественного питания.

Студент должен обладать следующими универсальными компетенциями:

- владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе применения информационно-коммуникационных технологий.

1.5. Особенности прохождения практики обучающимися заочной формы получения высшего образования.

Работающие по специальности студенты могут проходить практику по месту работы в соответствии с программой практики. При выборе индивидуального задания могут учитываться профессиональные обязанности на рабочем месте.

Взаимодействие студентов заочной формы получения образования с руководителями организационно-технологической практики от кафедры (консультации по поводу оформления документов, выбора индивидуального задания, написания и оформления отчета) может осуществляться с применением информационно-коммуникационных технологий (Moodle).

Дневник практики и отчет о прохождении практики в течение 2-3 дней после прохождения практики сдаются студентом на кафедру коммерческой деятельности и рынка недвижимости (ауд. 305 5-го учебного корпуса). В дневнике в обязательном порядке должны найти отражение отзывы студента и руководителя практики от кафедры о соответствии базы практики предъявляемым требованиям.

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

Студенты заочной формы обучения сдают дифференцированный зачет по практике в сроки, определенные учебным планом и приказом ректора.

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

2 СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

В процессе прохождения организационно-технологической практики студент должен провести исследования и в последующем отразить их в отчете по нижеприведенным направлениям. Состав разделов программы корректируется руководителем практики от кафедры и организации в зависимости от особенностей базы практики, направления экономической деятельности и других факторов.

2.1 Характеристика организации

Ознакомиться с направлениями деятельности организации (цель, задачи и виды деятельности), режимом работы. В отчете указать название и месторасположение базы практики, общую, торговую (складскую) площадь, численность работников.

Ознакомиться с Уставом субъекта хозяйствования. В отчете указать, кем и когда утвержден данный документ, определить организационно-правовой статус организации.

Охарактеризовать удобство транспортного сообщения, соответствие режима работы интенсивности покупательских потоков и времени работы других организаций в районе обслуживания (таблица 2.1), сделать выводы по результатам анализа.

Таблица 2.1 — Общая характеристика _____ и его основных конкурентов
(объект исследования)

Критерий оценки	Наименование базы практики	Конкурент 1 (наименование)	...	Конкурент n
Адрес				
Торговая (складская) площадь или количество посадочных мест				
Режим работы:				
- время открытия				
- обеденный перерыв				
- время закрытия				
- выходные дни				
- санитарный день				
Торговая площадь				
Удобство транспортного сообщения				
Наличие парковки				
Ассортимент				
Уровень цен				
Форма (метод) обслуживания				

Примечание — Источник: собственная разработка.

2.2 Материально-техническая база объекта практики и её характеристика

Изучить материально-техническую базу объекта практики.

Определить тип здания, его соответствие архитектурно-строительным, эстетическим и технологическим требованиям, общую площадь и состав помещений; самостоятельно изобразить на схеме планировку общей площади торгового объекта (склада, цеха), схему внутренней планировки торгового зала.

Оценить оснащённость объекта (магазина, склада, производственных цехов) различными видами оборудования, инвентарем и инструментами, результаты оценки представить в таблице 2.2.

Таблица 2.2 — Оснащённость торгового объекта (объекта общественного питания, склада производственного предприятия) оборудованием и инвентарем

Группа оборудования	Вид оборудования	Модель	Количество, шт.	Назначение
1	2	3	4	5
Подъемно-транспортное				
Холодильное				
Весоизмерительное				
Фасовочно-упаковочное				
Для расчетов с покупателями				
Для защиты товаров от краж				
Торговые автоматы				
Измельчительно-режущее				
Для приготовления теста				
Для обработки овощей (мяса, рыбы)				
Тепловое				
Торговая мебель				
Торговый инвентарь и инструменты				
Офисная техника и мебель				
Программное обеспечение				
Другие виды оборудования				

Примечание — Источник: собственная разработка.

В отчете отразить состояние оборудования, обеспеченность им объекта практики.

Дать общую оценку устройству, планировке и оборудованию торгового объекта (склада), производственных и административно-управленческих помещений (в соответствии с объектом практики).

Проанализировать рациональность размещения оборудования, соответствие требованиям организации торгово-технологического (складского, производственного) процесса.

Изучить оснащение рабочего места работника отдельного подразделения. Оценить его соответствие установленным требованиям.

2.3 Организация труда работников

Изучить формы организации труда, условия труда работников.

Ознакомится с:

- организационной структурой управления,
- правилами внутреннего трудового распорядка,
- правилами техники безопасности и охраны труда,
- штатным расписанием,
- должностными инструкциями продавцов, товароведов, специалистов по продажам и других работников, выполняющих коммерческие операции,
- порядком присвоения работникам квалификационных категорий, составом материально-ответственных работников,
- положениями по оплате труда и премирования работников (которые могут быть оформлены, как отдельными документами, так и разделами коллективного договора).

В отчете организационную структуру управления представить в виде схемы, определить ее тип, указать основные функции отдельных подразделений, представить штатное расписание. На материалах отдельного подразделения или организации в целом провести анализ половозрастного, качественного и должностного состава работников, результаты анализа оформить в таблицах 2.3-2.5, после таблиц представить результаты их анализа.

Таблица 2.3 — Половозрастной состав работников _____ по состоянию на 1.01.20__ — 1.01.20__ гг. (организация)

Показатель	20__ г.		20__ г.		Отклонение (+, -)	
	кол-во, чел.	уд. вес, %	кол-во, чел.	уд. вес, %	по кол-ву, чел.	по уд. весу, %
1	2	3	4	5	6	7
Всего работников,						
в том числе:						
- Женщин:						
- до 29 лет						
- от 30 до 54 лет						
- 55 лет и старше						
- Мужчин:						
- до 29 лет						

Окончание таблицы 2.3

1	2	3	4	5	6	7
- от 30 до 59 лет						
- 60 лет и старше						

Примечание — Источник: собственная разработка.

Таблица 2.4 — Качественный состав работников _____ в 20__—20__ гг.
(организация)

Показатель	Год		Отклонение (+; -)	Темп изменения (%)
Всего работников, чел., в том числе имеющих образование:				
- Высшее, чел.				
- удельный вес, %				
- Среднее специальное, чел.				
- удельный вес, %				
- Среднее, чел.				
- удельный вес, %				

Примечание — Источник: собственная разработка.

Таблица 2.5 — Основные функциональные обязанности работников _____ отдела

Должность	Основные функциональные обязанности работников
.....	

Примечание — Источник: собственная разработка.

В отчете дать оценку уровню организации труда, соответствию работников занимаемым должностям по образованию и стажу работы, разработать рекомендации по совершенствованию организации труда работников объекта практики.

Ознакомиться с графиком выхода на работу и табелем учета рабочего времени (формы приложить к отчету).

2.4 Организация торгово-технологического (и/или складского, и/или производственного процесса)

Охарактеризовать торгово-технологический (ТТП) (складской) процесс. Технологические операции выделить в соответствии со спецификой работы организации (с применяемыми методами продажи товаров, обслуживания покупателей). Схему ТТП представить в отчете.

Оценить уровень механизации и/или автоматизации торговых и складских операций (техническое и программное обеспечение, средства связи,

уровень подготовки кадров в области современных информационных технологий и др.).

Провести наблюдение за приемкой товаров по количеству и качеству, охарактеризовать место приемки, используемое для него оборудование, оценить соответствие приемки Положению о приемке товаров по количеству и качеству. В отчете отразить порядок оформления приемки товаров по количеству и качеству. Приложить копии документов, оформляемых при приемке. Выявить недостатки в организации приемки товаров и определить пути их устранения.

Изучить организацию хранения товаров. На примере одной товарной группы изучить отдельные элементы операции хранения и дать оценку их соответствия предъявляемым требованиям:

- размещение на хранение;
- укладка на хранение;
- создание условий для хранения;
- контроль за соблюдением условий хранения;
- санитарно-гигиенические мероприятия.

Если несколько студентов проходят практику на одном объекте, все исследования должны проводиться по разным товарным группам, отделам и секциям, повторения не допускаются.

По результатам исследования заполнить таблицу 2.6.

Таблица 2.6 — Соответствие условий хранения товаров (на складе или в торговом зале) предъявляемым требованиям

Наименование товара	Требования к хранению	Условия хранения в объекте исследования

Примечание — Источник: собственная разработка.

Сделать выводы об организации хранения товаров на исследуемом объекте, дать предложения по ее улучшению.

Описать операции по подготовке товаров (продукции) к продаже (на материалах 2—3 товарных групп или товаров). Сделать выводы и дать предложения по совершенствованию подготовительных операций.

Дополнительно: для объектов общественного питания и промышленных предприятий: ознакомиться с организацией работы цехов и/или отдельных рабочих мест. Изучить производственные программы, технологическую документацию, ее виды, назначение и использование. Рассмотреть особенности планирования производственной деятельности (для объектов общественного питания — плановое меню). Изучить:

- организацию технологических процессов, обработки сырья и выработки полуфабрикатов и готовой продукции;

- механизацию технологических процессов и отдельных технологических операций;
- мероприятия по технике безопасности, по экономии сырья, энергии, топлива.
- организацию контроля качества продукции (производственного контроля).

Выявить пути устранения потерь, возникающих при выполнении торгово-технологического, производственного, складского технологического процесса (таблица 2.7). Технологические операции выделить в соответствии со спецификой работы объекта практики.

Таблица 2.7 — Виды потерь товаров, возникающих при выполнении торгово-технологического и/или производственного, складского технологического процессов

Операция	Вид потерь, возникающих при осуществлении данной операции	Причины, вызывающие потери	Пути устранения потерь
Разгрузка транспортных средств			
Приемка товаров: - по количеству			
- по качеству			
Хранение			
Подготовка к продаже			
Доставка в торговый зал			
Размещение в торговом зале			
Выкладка на оборудовании			
Продажа товаров			
Расчет за товар			

Примечание — Источник: собственная разработка.

В отчете дать оценку принятой в организации схеме размещения товаров в торговом зале (зале товарных образцов), выкладке товаров на торгово-технологическом оборудовании (на материалах одной секции): доступность осмотра, выбора и отбора товаров, получение консультации, наличие информации для покупателей.

Изучить процесс организации продажи товаров (обслуживания посетителей): используемые формы и методы продажи (обслуживания), дополнительные услуги, оказываемые покупателям, оценить культуру обслуживания по мнению покупателей.

Определить средние затраты времени покупателей на ожидание обслуживания и дать им оценку (таблица 2.8), пользуясь источником [1]. Этапы обслуживания представить в таблице в соответствии со спецификой изучаемого процесса.

Таблица 2.8 — Результаты замеров затрат времени покупателей на ожидание обслуживания в _____

Элемент затрат времени	Замеры времени, с					Средние затраты времени, с.
	дата	дата	дата	дата	дата	
Итого						

Примечание — Источник: собственная разработка.

Коэффициент затрат времени покупателей на ожидание обслуживания определяется по формуле

$$K_o = \frac{Z_o}{Z_f}, \quad (1)$$

где K_o — коэффициент затрат времени на ожидание обслуживания;
 Z_o — оптимальные затраты времени на обслуживании, с;
 Z_f — фактические затраты времени на обслуживание, с.

Изучить организацию информирования покупателей в зале объекта торговли (объекта общественного питания): содержание обязательного перечня товаров (ценников, меню, прейскурантов, товарной номенклатуры). Копии документов и фотографии стенда для информирования покупателей разместить в приложениях к отчету.

Дополнительно: для объектов общественного питания охарактеризовать предварительную, основную сервировку столов, используемые посуду и столовые приборы. Проанализировать содержание меню, последовательность расположения блюд в меню, оформление меню, винной карты, прейскурантов. Дать характеристику обеденного и банкетного меню. Оценить оформление блюд. Изучить перечень услуг, оказываемых покупателям.

Составить анкету для оценки уровня культуры обслуживания (анкету разместить в приложении). Результаты анкетирования отразить в отчете. Определить уровень культуры обслуживания, разработать рекомендации по совершенствованию обслуживания покупателей.

Коэффициент культуры обслуживания, по мнению покупателей, определяется по формуле

$$K_m = \frac{M_n}{M_o}, \quad (2)$$

где K_m — коэффициент культуры обслуживания по мнению покупателей;
 M_n — количество покупателей, которые дали хорошую и отличную оценку состоянию культуры, чел.;
 M_o — общее количество опрошенных или анкетированных покупателей, чел.

Дать характеристику системы внутреннего контроля и предотвращения хищения и порчи имущества объекта исследования.

В приложении представить копии изученных документов, схемы, фотографии и т.п.

2.5 Организация продаж в электронной коммерции

Изучите веб-сайт организации – базы практики, особенности его функционирования. Определите особенности наполнения (контента) веб-сайта, оцените удобства использования (юзабилити) веб-сайта.

Проанализируйте следующие составляющие сайта:

1) информационное наполнение (информационная достаточность, качество материалов, адаптация материалов для сайта, эффективное использование различных форм и форматов представления информации, поддержка и точности представляемой информации, адекватность структурированности информации, расстановка информационных акцентов);

2) функциональность (модули работы с информацией, представление товара и формирование заказа, обратная связь и т.п.);

3) Usability – эргономичность и удобство использования (эффективность навигации, адекватность интерфейсов сайта, карта сайта, правила хорошего тона, привычный вид полей и кнопок, помощь);

4) дизайн – визуальное воплощение (дизайн дополняет и усиливает заложенную в сайт информацию и функционал, дизайн поддерживает и полно отражает бренд компании и ее продуктов, привлекательность дизайн-решений, адекватное использование мультимедийных средств, гибкость дизайн-решений, уникальность и запоминаемость);

5) техническая реализация.

6) маркетинговая составляющая (адреса, поисковики и каталоги, ссылки на сайт и цитирование, средства сбора информации о посетителях сайта, посещаемость, работа с аудиторией сайта и т.п.).

Выявите достоинств и недостатки сайта (таблица 2.9).

Таблица 2.9 — Изучение сайта организации

Параметр	Достоинства	Недостатки
Информационное наполнение		
Функциональность		
Маркетинговая составляющая		

Примечание — Источник: [].

Изучите применение инструментов мобильного маркетинга. Проведите анализ мобильной версии веб-сайта (при её наличии) и ее преимуществ.

Изучите интернет-магазин (при его наличии) организации, процедуру создания и управления интернет-магазином. Изучите содержание информации о товарах, ассортименте, представленной в сети Интернет.

Изучите механизм взаимодействия с потенциальными покупателями на веб-сайте, в интернет-магазине (например, через оказание сервисных услуг после регистрации на сайте и заполнения анкеты и т.п.).

Изучите особенности поискового продвижения веб-сайта организации (интернет-магазина). Изучите особенности интернет-рекламы организации при онлайн-продвижении. Рассмотрите особенности продвижения в социальных сетях (при его наличии в организации).

Проведите анализ использования электронного документооборота и электронных платежей при работе в сети Интернет. Определите виды используемых платежных систем, принимаемых электронных платежей. Оцените возможности проведения мобильных платежей.

Изучите подходы к обеспечению безопасности электронной коммерции. Представьте виды и источники угроз.

Сделайте выводы и предложения по результатам проведенного исследования.

2.6 Характеристика работы, выполняемой студентом в период практики, и ее документальное оформление

В данном разделе следует более подробно рассмотреть процессы, в которых студент принимал непосредственное участие в период прохождения практики и их документальное сопровождение.

Представить рассматриваемые процессы в виде схемы с подробным описанием отдельных этапов.

3 ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

3.1 Требования к содержанию и оформлению индивидуального задания

В период прохождения организационно-технологической практики студент выполняет индивидуальное задание в рамках своей профилизации.

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 учебным дисциплинам «Внешнеторговая деятельность» / «Поведение потребителей в цифровой среде» / «Исследование товарных рынков», 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 работу объекта практики, сделать выводы. Объем индивидуального задания составляет 5—6 страниц. Индивидуальное задание размещается в конце отчета по практике.

Студенты *профилизаций «Электронная коммерция», «Торговый бизнес и управление продажами», «Ресторанный бизнес»* выполняют индивидуальное задание на тему «Моделирование потребительского поведения и сегментация рынка». Содержание индивидуального задания:

1 Изучите процесс покупательского поведения в отношении одного товара (услуги) организации – базы практики. Постройте модель процесса покупки.

Ответьте на следующие вопросы применительно к выбранному товару:

- Какую потребность удовлетворяет данный товар?
- Где покупатели будут искать информацию о товаре?
- Каковы будут главные оценочные критерии данных покупателей при выборе товара?
- От чего будет зависеть удовлетворенность покупкой данных покупателей?
- Какой подход наиболее целесообразно применять для описания поведения покупателей товара. (экономический, психологический, социологический)?

2 Изучите внутренние факторы, влияющие на поведение покупателя и внешние побудительные стимулы.

Ответьте на следующие вопросы применительно к выбранному товару:

- Какие факторы (3–5 примеров) в наибольшей степени влияют на принимаемое потребителем решение по поводу данного товара?
- Если использовать модель черного ящика, то какие стимулы (3–5 примеров) будут действовать на входе в черный ящик?

3 Выберите критерии (не менее 4-х) и проведите сегментацию рынка для товара (работы, услуги) организации – базы практики.

Первым шагом при проведении сегментации является выбор критериев сегментации. При сегментации рынка потребительских товаров используются такие критерии, как: географические, демографические, социально-экономические, психографические, поведенческие и др. При сегментации рынка продукции производственно-технического назначения в первую очередь используются следующие критерии: географическое местоположение; тип организации, приобретающей товар: размер закупок; направления использования приобретенных товаров.

Сформируйте список рыночных сегментов, подробно опишите их (таблица 3.1).

Таблица 3.1 — Сегментация покупателей _____ (товара, услуги)

Критерий	Сегмент	Характеристики сегмента

Примечание — Источник: [].

2 Проведите сегментацию целевой аудитории по методике 5W Шеррингтона.

Вся целевая аудитория (покупателей) приблизительно делится на пять групп. Описывается каждый из сегментов по 5 вопросам (5W):

а) Что? (What?) — какой товар или услуга нужны покупателю?

б) Кто? (Who?) — кому организация их предлагает, кто будет приобретать каждый из продуктов (например, что это за человек, какого он пола, возраста, уровня дохода и т. д.?)

в) Почему? (Why?) — почему будут покупать товары организации, какие проблемы покупатели смогут решить с помощью данной продукции, с какой целью, какие существуют мотивы покупки.

г) Когда? (When?) — когда покупатели захотят покупать товар организации и в какой ситуации?

д) Где? (Where?) — где покупатели будут принимать решение о покупке и осуществлять её, где будет происходить контакт с покупателем и влияние на его решение.

Описание профилей сегментов представьте в таблице 3.2.

Таблица 3.2 — Профиль сегментов по модели 5W

Вопрос	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3	Сегмент 4	Сегмент 5
Что?					
Кто?					
Почему?					
Когда?					
Где?					

Примечание – Источник: собственная разработка.

3 Составьте функциональную карту сегментации для выбранного товара (работы, услуги) (таблица 3.3).

С помощью составления функциональных карт можно определить на какой сегмент рынка рассчитан товар (работа, услуга), какие его функциональные параметры соответствуют тем или иным запросам потребителей. Оценка степени значимости фактора:

*** — очень важный фактор

** — важный фактор

* — маловажный фактор

0 — незначительный фактор

Сегментов потребителей должно быть не менее трех, а рассматриваемых функциональных свойств товара – не менее четырех.

Таблица 3.3 — Функциональная карта сегментации для товара _____

Параметры	Оценка степени значимости фактора		
	для сегмента 1	для сегмента 2	для сегмента 3

Примечание — Источник: [].

4 Выявите причины, которые стали наиболее существенными для совершения покупок или, наоборот, отказа от них.

Оценку причин проведите по следующей балльной системе:

1 – несущественная причина;

2 – слабой важности;

3 – существенно важная;

4 – достаточно важная;

5 – очень важная.

Результаты представьте в таблице 3.4.

Таблица 3.4 — Причины выбора и отказа от приобретения товара

Причина выбора и отказа от приобретения товара	Приобретение товара	Отказ от приобретения товара
Родители		
Друзья		
Случайные люди		
Рекомендации продавца		
Внешняя реклама		
Внутренняя реклама		
Вид товара		
Выкладка товара		
Обстановка магазина		
Презентация товара		
Прочее (указать что именно)		

Примечание — Источник: собственная разработка.

5 Определите показатели, характеризующие поведение потребителей: индекс потребительской уверенности, уровень вовлеченности потребителей и т.п.

6 Дайте ответы на следующие вопросы (применительно к выбранному товару и с учетом его специфики):

- Каковы требования к качеству товара?
- Какой вред может принести использование некачественного товара и каковы источники возможных убытков потребителя?
- В случае продажи товара через Интернет, какая информация должна содержаться на сайте?
- Какой недостаток товара можно считать существенным?
- Приведите пример недостатка товара, который можно считать несущественным.
- Каков срок реализации и / или гарантийный срок на товар?
- Какая информация должна в обязательном порядке содержаться на упаковке товара или в прилагаемых документах?
- Может ли покупатель вернуть или обменять данный товар, если он надлежащего качества?
- Чего вправе требовать покупатель, возвращая продавцу или изготовителю товар ненадлежащего качества?
- В течение какого срока потребитель может обратиться к продавцу (изготовителю) некачественного товара с требованием ремонта, замены или возврата денег?
- Кто является основным потребителем товара?
- Как обеспечить просвещение потребителя в области его прав?
- В какие государственные и общественные организации в первую очередь будет обращаться потребитель за защитой своих прав?

Студенты **профилизации «Коммерция на внешнем рынке»** выполняют индивидуальное задание на тему «Исследование рынков по *отдельным товарным позициям*». Содержание индивидуального задания:

- 1 Выберите продукцию (товар, работу, услугу), производимую или

реализуемую организацией - базой практики и дайте ее характеристику.

2 Определите классификационный код товара (работы, услуги) из ТН ВЭД ЕАЭС. Изучите статистические данные внутренней, внешней и мировой торговли по импорту, экспорту данного товара.

Источники информации: например, www.belstat.gov.by, <https://comtrade.un.org>, <https://trademap.org> и др.

3 Изучите результаты внешнеторговой деятельности организации - базы практики.

4 Изучите уровень спроса на продукцию (товар, работу, услугу) организации в Республике Беларусь и за рубежом, его структуру, факторы, оказывающие влияние на спрос. Оцените тенденции изменения спроса.

5 Выделите сегменты рынка организации, дайте их характеристику, определите наиболее перспективные из них.

6 Дайте характеристику покупателей, изучите отношение покупателей к организации, а также уровень удовлетворения запросов и намерений покупателей.

7 Проведите исследование поведения покупателей в процессе покупки и в послепокупочный период.

8 Изучите основных действующих конкурентов организации на рынке Республики Беларусь и за рубежом, оцените слабые и сильные конкурентные стороны организации - базы практики, определите позиции организации относительно конкурентов.

9 Проведите анализ рыночных возможностей организации. Изучите способы выхода на внешние рынки: экспорт (прямой, косвенный экспорт, совместный экспорт); совместная предпринимательская деятельность; прямое инвестирование.

10 Изучить структуру и содержание внешнеторгового контракта, товаросопроводительную документацию при совершении внешнеторговых сделок.

11 Сделайте выводы по результатам проведенного исследования. Сформулируйте основные направления повышения эффективности и конкурентоспособности функционирования организации - базы практики на внутреннем и внешнем рынках.

По согласованию с руководителем практики от кафедры индивидуальное задание может выполняться и по другим темам в рамках учебной программы учебной дисциплины «Внешнеторговая деятельность».

3.2 Требования к содержанию и оформлению отчета по практике

Отчет должен содержать сведения по каждому разделу программы организационно-технологической практики, а также о конкретно выполненной студентом работе в период практики, индивидуальное задание. Содержание отчета может быть изменено в соответствии с особенностями базы прохождения практики. К отчету прилагается заполненный дневник практики.

Для оформления отчета студенту предоставляются по окончании практики 2-3 дня. Затем отчет должен быть сдан на кафедру коммерческой деятельности и рынка недвижимости (кабинет 305, 5-го учебного корпуса).

Отчет печатается с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Объем отчета о прохождении организационно-технологической практики составляет 30-35 страниц (до приложений). Титульный лист оформляется по образцу (приложение А). Текст отчета должен быть набран в текстовом редакторе Microsoft Word шрифтом Times New Roman (14 пунктов), одинарный интервал. Все страницы отчета (за исключением титульного листа) должны быть пронумерованы.

Отчет должен быть подписан студентом и непосредственным руководителем практики от УО БГЭУ и руководителем от организации (базы практики). Подпись руководителя от организации удостоверяется печатью.

Отчет должен включать:

- титульный лист;
- содержание с перечнем всех разделов, подразделов с указанием страниц;
- введение (цель, задачи, объекты изучения);
- основную часть, разбитую на подразделы, с описательным, графическим и иллюстративным материалом;
- индивидуальное задание;
- заключение;
- приложения к отчету.

Во введении отражаются цели и задачи практики, краткая характеристика базы практики и ее соответствие профилю образования, по которому осуществляется подготовка специалистов.

В основной части отчета должны быть представлены результаты проделанной работы по отдельным разделам программы практики; информация об организации (базе практики).

В заключении следует представить выводы по итогам практики о приобретенных навыках и практическом опыте, недостатки в организации и проведении практики и предложения по ее улучшению.

Примерное содержание отчёта о прохождении организационно-технологической практики представлено в приложении Б.

В отчете рекомендуется представить следующие приложения:

- схему организационной 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;
- обязательный 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;
- копии бракеражного журнала, санитарного журнала и др.
- технологическую документацию и т.п.

Дневник практики сдается студентом на кафедру вместе с отчетом.

Характер выполняемой работы студентом указывается в дневнике кратко.

В дневнике должен быть отзыв руководителя от организации, отзыв студента о соответствии объекта практики предъявляемым требованиям. Дневник должен быть подписан руководителем от организации, подписи которого должны быть заверены печатью.

3.3 Календарно-тематический план прохождения практики

Календарно-тематический план прохождения практики.

№ п/п	Раздел (этап) практики	Продолжительность, дней
1	Оформление на практику и общее ознакомление с организацией	1
2	Изучение материально-технической базы объекта практики	2
3	Изучение организации труда работников	2
4	Изучение организации (<i>производственного</i>) торгово-технологического (<i>складского</i>) процессов	2
5	Изучение организации продаж в электронной коммерции	2
6	Изучение и характеристика процессов, выполняемых студентом в период практики, и их документальное оформление	2
7	Проведение исследований по теме индивидуального задания	2
8	Оформление отчета по производственной (организационно-технологической) практике и индивидуального задания	1
	Итого	14

3.4 Обязанности обучающихся во время практики

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. Выполнять действующие в организации правила внутреннего распорядка.

8. Вести дневник практики с указанием перечня ежедневно проделанной работы.

9. Участвовать в научно-исследовательской работе по заданию кафедры.

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

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

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

13. В установленный срок прибыть на кафедру (в течение двух недель после окончания практики, а после летней практики – до 15 сентября), сдать отчет для проверки и защиты.

14. 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).

3.5 Обязанности руководителя практики от кафедры

Руководитель практики от кафедры обязан:

1. До начала практики (в университете):

1.1. Изучить основные документы по практике:

- «Положение о практике студентов, курсантов, слушателей», утвержденное постановлением Совета министров Республики Беларусь от 03.06.2010 № 860 (с изменениями);

- Положение о порядке организации и проведения практики студентов, утвержденное приказом ректора УО «Белорусский государственный экономический университет»;

- данную 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 (предприятии) 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.

3.6 Обязанности руководителя практики от организации (базы практики)

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 написания дипломной (курсовой) работы, выполнению программы практики 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.

3.7 Литература

Основная:

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

2 Дашков, Л. П. Организация, технология и проектирование предприятий (в торговле): учебник для высших учебных заведений по направлениям подготовки «Торговое дело» и «Экономика» (квалификация (степень) «бакалавр») / Л. П. Дашков, В. К. Памбухчянц, О. В. Памбухчянц. — 12-е изд., переработанное и дополненное. — М.: Дашков и К°, 2019. — 455 с.

3 Брагин, Л.А. Организация розничной торговли в сети Интернет: учеб. пособие / Л.А. Брагин, Т.В. Панкина. — М.: ИД ФОРУМ: НИЦ ИНФРА-М, 2020. — 120 с.

Дополнительная:

4 Грибанова, И.В. Организация и технология торговли: учеб. пособие / И.В. Грибанова, Н.В. Смирнова. — Минск: РИПО, 2019. — 203 с.

5 Колесников, А.А. Внешнеэкономическая деятельность: учеб. пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям «Таможенное дело», «Организация перевозок и управление на автомобильном и городском транспорте» / А.А. Колесников, О.В. Морозова. — Гомель: БелГУТ, 2018. — 408 с.

6 Неверова, Е.В. Организация хранения товаров: учебник / Е. В. Неверова. — М.: Вологда: Инфра-Инженерия, 2021. — 136 с.

7 Памбухчянц, О. В. Организация и технология розничной торговли: учебник / О. В. Памбухчянц. - 2-е изд. — М.: Дашков и К, 2021. - 148 с.

8 Свирейко, Н.Е. Торговое оборудование: учебное пособие / Н.Е. Свирейко, Л.С. Климченя. — Минск: РИПО, 2022. — 215 с.

9 Стасюкевич, С.В. Технология организации общественного питания:

учеб. пособие / С.В. Стасюкевич, И.В. Уриш — Минск: РИПО, 2019. — 371 с.

10 Сысоева, С.В. Большая книга директора магазина / С.В. Сысоева, Г.Г. Крок. — СПб.: Питер, 2020. — 528 с.

11 Уриш, И.В. Организация и технология общественного питания: учеб. пособие / Уриш И.В., Стасюкевич С.В. — Минск: БГЭУ, 2016. — 410 с.

12 Юрова, Н. В. Организация и управление внешнеэкономической деятельностью: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности «Мировая экономика» / Н. В. Юрова; Белорусский гос. ун-т. — Минск: БГУ, 2020. — 129 с.

Нормативные правовые акты:

1 О государственном регулировании торговли и общественного питания в Республике Беларусь: Закон Респ. Беларусь от 08 января 2014 г., № 128-З; с изм. и доп. в ред. Закона Респ. Беларусь от 4 января 2021 г., № 81-З // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. — 2003-2025. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h11400128>.

2 О государственном регулировании внешнеторговой деятельности: Закон Респ. Беларусь от 25 ноября 2004 г. № 347-З; в ред. Закона Респ. Беларусь от 1 июля 2023 № 280-З // ЭТАЛОН-ONLINE [Электронный ресурс] / Нац. центр законодательства и правовой информации Респ. Беларусь. — 2006-2025. — Режим доступа: <https://etalonline.by/document/?regnum=h10400347>.

3 О защите прав потребителей: Закон Респ. Беларусь от 9 января 2002 г., № 90-З; с изм. и доп. в ред. Закона Респ. Беларусь от 5 января 2022 г., № 148-З // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. — 2003-2025. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10200090>.

4 О продаже отдельных видов товаров, осуществлении общественного питания и порядке разработки и утверждения ассортимента перечня товаров: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 22 июля 2014 г., № 703; с изм. и доп. в ред. постановления Совета Министров Респ. Беларусь от 30 декабря 2022 г., № 964 // Нац. правовой Интернет-портал Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. — 2003-2025. — Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=c21400703>.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Образец оформления титульного листа отчета

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

Кафедра коммерческой деятельности и рынка недвижимости

УТВЕРЖДАЮ
Руководитель организации
(заместитель руководителя)
_____ ФИО
«__» _____ 20__ г.

ОТЧЕТ

о выполнении программы организационно-технологической практики
с «__» _____ 20__ г. по «__» _____ 20__ г. в

(полное наименование организации)

Студент 2-го курса,
ФКТИ, гр. ДГЗ

(подпись)

(Ф.И.О.)

Руководитель практики от
кафедры
(должность, ученая степень)

(подпись)

(Ф.И.О.)

Руководитель практики от
организации
(должность)

(подпись)

(Ф.И.О.)

МИНСК 20__

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Примерное содержание отчёта о прохождении организационно-технологической практики

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....
1 Характеристика организации (<i>базы практики</i>).....
2 Материально-техническая база объекта практики и её характеристика
3 Организация труда работников.....
4 Организация торгово-технологического (<i>и/или складского, и/или производственного процесса</i>)
5 Организация продаж в электронной коммерции
6 Характеристика работы, выполняемой студентом в период практики
7 Индивидуальное задание на тему « _____ »
Заключение.....
Список использованных источников.....
Приложение А Организационная структура управления.....
Приложение Б _____
Приложение В _____
Приложение Г _____

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К ПРОГРАММЕ
организационно-технологической практики
по специальности 6-05 04 13 01 «Коммерция»
профилизаций «Коммерция на внешнем рынке», «Электронная коммерция»,
«Торговый бизнес и управление продажами», «Ресторанный бизнес»
на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Программа практики № _____ пересмотрена и одобрена на заседании кафедры коммерческой деятельности и рынка недвижимости (протокол № __ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой
канд. экон. наук, доцент

Н.Е.Свирейко

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд. экон. наук, доцент

А.И.Ерчак