

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

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор Учреждения
образования «Белорусский
государственный экономический
университет»

_____ В.Ю. Шутилин
« 29» ноября 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 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 коммерческой практики.....	33
Приложение Д Образец титульного листа отчета о прохождении 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 ²	
Площадь производственных помещений, м ²	
Общая площадь торгового зала, м ²	
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 ²				
Выручка от реализации на 1 м ² складской (торговой) площади - в действующих ценах, тыс. р./ м ² - в сопоставимых ценах, тыс. р./ м ²				
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, в том числе						
1. женщин						
- до 29 лет						
- от 30 до 54 лет						
- 55 лет и старше						
2. мужчин						
- до 29 лет						
- от 30 до 59 лет						
- 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.					
в том числе имеющих образование:					
1. высшее, чел.					
- удельный вес, %					
2. среднее специальное, чел.					
- удельный вес, %					
3. среднее, чел.					
- 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. Обратить 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, %
	всего	в том числе новых	ст. 3/ст. 4
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. р.	уд. вес, %	сумма, тыс. р.	уд. вес, %	по сумме. тыс. р.	по уд. весу, %
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 (+,-)	Темп изменения, %
Товарооборот в действующих ценах, тыс. р.				
Средние товарные запасы за период, тыс. р.				
Время обращения товарных запасов, тыс. р.				
Прибыль от реализации, тыс. р.				
Прибыль, приходящаяся на единицу 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 товаров	Объем поставки					
	От пром. пред.		От оптовых баз		От других посредников	
	сумма, млн. р.	уд. вес, %	сумма, 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. (ед.)		Объем реализации, тыс. р. (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, тыс. долл.	20__ год, тыс. долл.	Отклонение, +/-	Темп изменения, %
Внешнеторговый оборот, всего, 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. долл.	20__ год, тыс. долл.	Отклонение, (+/_)	Темп роста, %

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:

$$B = (O/P) \cdot 100, \quad (1)$$

$$D = (K/O) \cdot 100, \quad (2)$$

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 коммерческой работы	Мероприятия	Ответственные 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. Сысоевой. — 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-Петербург: 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) 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) 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 ФКТИ, 3-й курс, ДГС (ДГЗ, ДГГ)	<u>подпись</u> дата	ФИО
Руководитель от УО БГЭУ (должность, ученая степень)	<u>подпись</u>	ФИО
Руководитель от организации (должность)	<u>подпись</u> 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.