

**ГАОУ ВО «Дагестанский государственный  
университет народного хозяйства»**

*Утверждена решением  
Ученого совета ДГУНХ,  
протокол № 13  
от 6 июля 2020 г.*

**Кафедра «Маркетинг и коммерция»**

**ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКИ ПО  
ПОЛУЧЕНИЮ ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ  
УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

**Направление подготовки 38.03.06 Торговое дело,  
профиль «Маркетинг в торговой деятельности»**

**Уровень высшего образования – бакалавриат**

**Квалификация – бакалавр**

**Формы обучения – очная, заочная**

**Махачкала – 2020**

**УДК 339.138 (075.8)**

**ББК 65.290-2я73**

**Составитель** – Атаева Аида Уллубиевна, руководитель основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности».

**Внутренний рецензент** – Минатуллаев Арслан Айнутдинович, кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Менеджмент» ГАОУ ВО «Дагестанский государственный университет народного хозяйства».

**Внешний рецензент** – Нажмутдинова Саидат Абдулаевна, кандидат экономических наук, доцент, заместителя декана факультета управления ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный университет».

**Представитель работодателя** – Абдурашидова Аминат Магомедкамилевна, генеральный директор АНО «Межрегиональный маркетинговый центр «Дагестан-Москва».

*Программа учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности», разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело (уровень бакалавриата), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от «12» ноября 2015 г. №1334, в соответствии с приказом от 5 апреля 2017 года, № 301 Министерства образования и науки РФ.*

Программа учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) для направления подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности», размещена на сайте [www.dgunh.ru](http://www.dgunh.ru)

Атаева А.У. Программа учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) для направления подготовки Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности». – Махачкала: ДГУНХ, 2020 г., 48 с.

Рекомендована к утверждению Учебно-методическим советом ДГУНХ 3 июля 2020 г.

Рекомендована к утверждению руководителем основной профессиональной образовательной программы высшего образования – программы бакалавриата по направлению подготовки Торговое дело, профиль «Маркетинг в торговой деятельности», Атаевой А.У.

Одобрена на заседании кафедры «Маркетинг и коммерция» 30 июня 2020 г., протокол № 11.

## Содержание

1. Вид практики, способ и формы ее проведения .....	4
2. Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы..	5
3. Место практики в структуре образовательной программы .....	9
4. Объем практики и ее продолжительность .....	9
5. Содержание практики .....	9
6. Форма отчетности по практике.....	10
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике .....	11
8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики .....	33
8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения практики .....	34
8.2. Перечень ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики .....	37
9. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных, используемых при проведении практики .....	37
9.1. Перечень лицензионного программного обеспечения .....	37
9.2. Перечень информационных справочных систем .....	37
9.3. Перечень профессиональных баз данных:.....	37
10. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики .....	38
11. Проведение практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	38
Лист согласованных изменений, внесенных в программу учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) .....	40

## 1. Вид практики, способ и формы ее проведения

Практика является составной частью основной профессиональной образовательной программы (далее-ОПОП) по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. *Целью учебной практики* является закрепление и расширение знаний, полученных студентами за время теоретического обучения, формирование умения применять их в профессиональной деятельности, расширение практических навыков самостоятельной работы, а также необходимых общепрофессиональных и профессиональных компетенций.

**Вид практики** – учебная практика.

**Тип практики** – практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности.

**Способ проведения практики** – стационарная.

**Форма проведения практики** – дискретная, путем выделения периода учебного времени для проведения практики (по 1-ой неделе в 2-х семестрах).

**Место проведения практики.**

Основными задачами учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) являются:

- ✓ знакомство с основами будущей профессиональной деятельности;
- ✓ получение сведений о специфике направления подготовки 38.03.06 Торговое дело;
- ✓ овладение первичными профессиональными умениями и навыками, в том числе первичными умениями и навыками научно-исследовательской деятельности.

Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) проводится в форме аудиторных занятий, а также в форме выездных занятий на предприятиях, в учреждениях, организациях сферы торговли, сбыта и товарного обращения. Кафедра, осуществляющая руководство учебной практикой, назначает руководителя практики.

Практика может быть организована полностью или частично с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий без непосредственного нахождения обучающегося на рабочем месте в профильной организации ДГУНХ в формате дистанционной (удаленной) работы при опосредствованном (на расстоянии) взаимодействии с руководителями практики как со стороны университета, так и со стороны профильной организации.

Прохождение практики, в том числе при опосредствованном (на расстоянии), предусматривает 108 часов, которые распределяются

следующим образом: 96 часов проводятся по расписанию учебной практики (8 ч.\*6 дней\*2 недели) и 12 часов - групповые консультации по 2 часа в день (по 6 часов в неделю).

## 2.Перечень планируемых результатов обучения при прохождении практики, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс прохождения учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг»:

код компетенции	формулировка компетенции
<b>ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>	
<b>ОПК-5</b>	готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления
<b>ПК</b>	
<b>ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ КОМПЕТЕНЦИИ</b>	
<b>ПК-1</b>	способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству
<b>ПК-2</b>	способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на предприятии, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери
<b>ПК-3</b>	способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации
<b>ПК-4</b>	способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
<b>ПК-5</b>	выявлять и оценивать риски в организациях малого бизнеса; способность управлять персоналом организаци
<b>ПК-6</b>	способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение
<b>ПК-7</b>	способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров
<b>ПК-8</b>	готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания
<b>ПК-9</b>	готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации

В результате прохождения данной практики обучающийся должен приобрести следующие умения и практические навыки:

<b>Формируемые компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения при прохождении практики</b>	
	<b>Умения</b>	<b>Навыки или практический опыт деятельности</b>
<b>ОПК-5:</b> Готовность работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления	определять соответствие объекта проверки нормам технической документации; оформлять техническую документацию, бухгалтерские и хозяйственные документы; осуществлять отбор и проводить анализ наличия необходимой технической документации	заполнение и проверка правильности оформления технической документации, в том числе хозяйственных документов, необходимых для ведения профессиональной деятельности предприятия/организации
<b>ПК-1:</b> Способность управлять ассортиментом и качеством товаров и услуг, оценивать их качество, диагностировать дефекты, обеспечивать необходимый уровень качества товаров и их сохранение, эффективно осуществлять контроль качества товаров и услуг, приемку и учет товаров по количеству и качеству	управлять ассортиментом, оценивать, контролировать и управлять качеством товаров (кулинарной продукции, сырья, материалов); определять дефекты; обеспечивать необходимый уровень качества товаров и услуг; проводить приемку и учет товаров по количеству и качеству	своевременное и квалифицированное проведение приемки товаров по количеству и качеству; выбор и использование эффективных методов хранения товаров, обеспечение их сохранности; формирование ассортимента товаров
<b>ПК-2:</b> Способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на	управлять торгово-технологическими процессами на предприятии; регулировать процессы хранения; проводить инвентаризацию, определять и	выбор оптимального варианта для подготовки товаров к продаже; рациональное размещение товаров в торговом зале;

<p>предприятию, регулировать процессы хранения, проводить инвентаризацию, определять и минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов, а также учитывать и списывать потери</p>	<p>минимизировать затраты материальных и трудовых ресурсов; определять химический состав сырья и связанные с ним потребительские свойства товаров; учитывать и списывать потери</p>	<p>согласование действий работников всех категорий; оперативный контроль за ходом выполнения всех операций по поступлению, приемке, хранению и отпуску товаров; организация обслуживания покупателей; выбор эффективных методов продажи товаров; организация дополнительных услуг покупателям; организация рекламы и информации</p>
<p><b>ПК-3:</b> Готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>выявлять и удовлетворять потребности покупателей, формировать потребности с помощью маркетинговых коммуникаций, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка</p>	<p>осознание потребности, выбор поставщика, выбор продукта; проведение исследований в рамках полного маркетингового анализа компании</p>
<p><b>ПК-4:</b> Способность идентифицировать товары для выявления и предупреждения их фальсификации</p>	<p>проводить идентификацию и выявлять фальсифицированные товары по различным признакам</p>	<p>применение различных методов идентификации товаров и обнаружения их фальсификации</p>
<p><b>ПК-5:</b> Способность управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе</p>	<p>применять различные стратегии в управлении персоналом, а также различные технологии и методы управления в организациях малого бизнеса</p>	<p>проведение внутренних аналитических процедур по оценке эффективности организационно-управленческой работы на предприятии/организации</p>

с малыми коллективами		
<b>ПК-6:</b> Способность выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договора и контролировать их выполнение	анализировать и вести работу по заключению договоров, а также контролю за их выполнением	определение критериев выбора деловых партнеров в каждом конкретном случае, обсуждение условий заключения договоров, формулировка взаимовыгодных предложений
<b>ПК-7:</b> Способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	организовывать и планировать работу по обеспечению предприятия /организации материально-техническими ресурсами, а также работу собственной службы материально-технического обеспечения	осуществлять закупку необходимого торгово-технологического оборудования, мебели, инвентаря, рассчитывать и выбирать требуемое количество торгово-технологического оборудования; оценивать эффективность процесса управления товарными запасами
<b>ПК-8:</b> готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания	оценить уровень качества торгового обслуживания на предприятии/организации и разработать мероприятия, направленные на повышение качества обслуживания клиентов	проведение внутренних аналитических процедур по оценке качества торгового обслуживания на предприятии/организации и внедрение мероприятий, повышающих качество торгового обслуживания
<b>ПК-9:</b> готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации; разрабатывать маркетинговые стратегии организации в сфере профессиональной деятельности; применять оптимальные конкурентные стратегии и стратегии управления портфелем предприятия/организации.	применение эффективных маркетинговых стратегий в товарной политике предприятия /организации, ценообразовании, сбыте, логистике, продвижении, информировании с целью формирования долгосрочных конкурентных преимуществ компании



### 3. Место практики в структуре образовательной программы

Учебная практика (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) является составной частью ОПОП ВО – программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг» и в полном объеме относится к вариативной части этой программы. Учебная практика входит в блок 2 «Практики» учебного плана и проводится на 3 курсе в 5 и 6 семестре.

Прохождение учебной практики (практика по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) базируется на освоении следующих дисциплин: «Экономика организации», «Статистика», «Бухгалтерский учет», «Маркетинг», «Коммерческая деятельность», «Стандартизация, метрология, подтверждение соответствия», «Теоретические основы товароведения», «Товароведение потребительских товаров», «Логистика», «Менеджмент», «Организация, технология и проектирование предприятий», «Маркетинговые коммуникации», «Маркетинг торговой деятельности», «Маркетинг услуг», «Региональный маркетинг», «Маркетинг в отраслях и сферах деятельности» и др. дисциплинах.

### 4. Объем практики и ее продолжительность

Объем практики – 3 зачетные единицы (108 часов).

Продолжительность практики – 2 недели.

Сроки практики для обучающихся определяются учебным планом и календарным учебным графиком по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профилю «Маркетинг».

### 5. Содержание практики

<i>№ п/п</i>	<i>Разделы (этапы) практики</i>	<i>Виды работ обучающегося на практике</i>	<i>Формы отчетности по практике</i>
1.	<i>Подготовительный этап</i>	Организационное собрание ознакомительные лекции, установочный инструктаж по целям, задачам, срокам и требуемой отчетности; инструктаж по технике	Собеседование, дневник практики

		безопасности при работе на торговых предприятиях; выдача общего и индивидуального научного задания.	
2.	<i>Основной этап</i>	Выполнение общего и индивидуального научного задания.	Отчет по практике, дневник, рабочая тетрадь, эссе
3.	<i>Аналитический, включающий</i>	анализ литературы по выбранной теме; участие в проведении аналитических исследований (по согласованию с руководителем практики); работа по выбранному направлению деятельности предприятия / организации.	Отчет по практике, Отчет по практике, эссе
4.	<i>Отчетный</i>	Подготовка всей отчетной документации.	Отчет по практике, дневник, рабочая тетрадь, эссе, аттестационный лист

### 6. Форма отчетности по практике

По итогам учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) студент представляет руководителю для проверки следующую отчетную документацию:

- отчет о прохождении практики;
- дневник практики;
- рабочую тетрадь;
- эссе;
- аттестационный лист.

К защите отчетов допускаются студенты, полностью выполнившие программу практики, своевременно представившие все отчетные документы по установленной форме.

Формой оценки результатов практики является зачет с оценкой. Оценка по практике приравнивается к оценкам по теоретическому обучению и учитывается при подведении итогов общей успеваемости студентов.

Критериями оценки являются:

- полнота освоения материала практики;
- качество содержания отчета и его соответствие требованиям, предъявляемым к оформлению работ данного типа;
- уровень овладения студентами всеми компетенциями, предусмотренными учебным планом;
- уровень профессиональной направленности выводов и рекомендаций, сделанных студентом в ходе прохождения практики.

Студенты, не получившие положительной оценки по учебной практике (практике по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности), считаются не выполнившими учебный план.

### **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по практике**

Результаты прохождения практики оцениваются посредством проведения промежуточной аттестации. Формой промежуточной аттестации обучающихся по практике является зачет с оценкой. По результатам проверки отчетной документации и собеседования выставляется оценка. Неудовлетворительные результаты промежуточной аттестации по практике или не прохождения промежуточной аттестации по практике при отсутствии уважительных причин признаются академической задолженностью.

Основной этап практики - выполнение общего и индивидуального научного задания. При выполнении общего и индивидуального научного задания обучающийся использует методическую литературу и открытые интернет-источники для выполнения.

*Общее задание.* Содержание общего задания отражается в рабочей тетради и в отчете. В рабочей тетради обучающиеся выполняют практические задания. В отчете отражают характеристику предприятия (структуру, технику безопасности, ассортимент, торгово-технологические процессы, материально-техническое обеспечение и т.д.). Общее задание является основополагающим для дальнейшей работы над раскрытием темы индивидуального научного задания.

*Индивидуальное научное задание.* Содержание индивидуального научного задания по учебной практике (практике по получению первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) обсуждается обучающимся совместно с руководителем практики, учитывая специфику организации и возможности в предоставлении материалов по отдельным аспектам организационной работы. Выполнение индивидуального научного задания предполагает:

- анализ литературы по выбранной теме;

- участие в проведении аналитических исследований (по согласованию с руководителем практики);
- работа по выбранному направлению деятельности предприятия / организации.

Итоги работы над индивидуальным научным заданием оформляются в виде эссе.

#### **Тематика эссе:**

1. Влияние коммерческих инноваций на эффективность деятельности организаций оптовой (розничной) торговли.
2. Влияние конъюнктуры потребительского рынка на коммерческую деятельность торговой организации.
3. Влияние материально-технической базы организаций розничной торговли на эффективность коммерческой деятельности.
4. Внутрифирменное планирование предпринимательской деятельности.
5. Выбор стратегии развития коммерческой деятельности организаций на рынке товаров.
6. Закупка товаров и формирование коммерческих связей организациями розничной торговли на потребительском рынке.
7. Значение бизнес-планирования в реализации стратегии развития компании.
8. Значение отдельных составляющих технологического процесса в организации и проектировании компаний, занимающихся оптовой торговлей.
9. Информационная система обеспечения коммерческой деятельности торговой организации.
10. Информационно-компьютерное обеспечение управления коммерческой деятельностью организаций розничной торговли.
11. Исследование рынка закупок и сбыта товаров в оптовой торговле.
12. Коммерческая деятельность в сфере транспорта.
13. Конкурентоспособность торговой организации.
14. Маркетинговый подход к организации коммерческой деятельности розничной (оптовой) торговли.
15. Моделирование коммерческой деятельности и организационной системы управления торговой фирмой.
16. Моделирование коммерческой деятельности в организациях оптовой торговли по закупке и продаже потребительских товаров.
17. Обеспечение безопасности коммерческой деятельности организаций оптовой (розничной) торговли.
18. Оптимизация системы закупки товаров и их реализации на базе использования информационных технологий.
19. Организационно-технологические аспекты формирования торговых сетей и интегрированных торговых структур.
20. Организационные основы продажи товаров со складов организаций

- оптовой торговли.
21. Организация рациональной технологической планировки торговых залов магазинов.
  22. Организация управления погрузочно-разгрузочными и транспортно-складскими операциями на складе.
  23. Организация деятельности малого бизнеса в сфере коммерции (на примере...)
  24. Организация и развитие малого бизнеса в торговле России.
  25. Организация и развитие складского хозяйства оптовой торговли.
  26. Организация и развитие собственного дела.
  27. Организация и развитие электронной торговли в России (или на примере торговой фирмы).
  28. Организация и технология по поступлению и приемке товаров на складе.
  29. Организация и технология приемки товаров по количеству и качеству в розничной торговле.
  30. Организация и технология товароснабжения розничных торговых фирм.
  31. Организация и технология транспортно-экспедиционных операций на складе.
  32. Организация и управление системой сервиса в торговле.
  33. Организация коммерческой деятельности малых фирм в розничной торговле.
  34. Организация посредническо-коммерческой деятельности фирмы.
  35. Организация посылочной торговли.
  36. Организация процесса продажи товаров и торгового обслуживания покупателей в розничной торговле.
  37. Организация системы закупочной деятельности в розничной торговле.
  38. Организация системы товароснабжения розничного торгового предприятия.
  39. Организация управления малым (семейным) бизнесом.
  40. Организация управления технологическими процессами в магазинах.
  41. Организация управления технологическими процессами в оптовой торговле.
  42. Организация факторингового обслуживания предприятий коммерческими банками.
  43. Оценка коммерческой деятельности торговых предприятий на товарных рынках (продовольственном, непродовольственном, конкретного товара).
  44. Оценка рисков в коммерческой деятельности организации оптовой торговли.
  45. Оценка эффективности коммерческой деятельности организации оптовой торговли.
  46. Оценка эффективности коммерческой деятельности организации

- оптовой (розничной) торговли.
47. Планирование коммерческой деятельности организации с использованием бизнес-плана.
  48. Применение модульных таротранспортных систем в процессе товародвижения.
  49. Прогнозирование развития товарного рынка как необходимое условие эффективной коммерческой деятельности торговой организации.
  50. Проектирование бизнес-процессов и организационных систем компаний оптовой или розничной торговли.
  51. Пути совершенствования грузовых перевозок на разных видах транспорта (по выбору).
  52. Развитие предпринимательства в розничной торговле.
  53. Развитие торгового предпринимательства на современном этапе.
  54. Развитие франчайзинга как формы поддержки малого предпринимательства в торговле.
  55. Разработка бизнес-плана торговой фирмы и его применение для организации коммерческой деятельности.
  56. Разработка конкурентоспособной сервисной стратегии организации на рынке.
  57. Разработка механизма снижения издержек при транспортировке грузов.
  58. Разработка рациональной организации товародвижения.
  59. Разработка системы управления коммерческой деятельностью торговой организации.
  60. Разработка стратегии организации для выхода на внешний рынок.
  61. Рациональная организация складского технологического процесса на оптовых фирмах.
  62. Роль и значение составляющих технологического процесса в организации и проектировании розничных торговых сетей.
  63. Роль и сущность пакетирования и контейнеризации в процессе товародвижения.
  64. Роль транспорта в коммерческой деятельности (на примере конкретной организации).
  65. Роль франчайзинга в организации коммерческой деятельности фирмы.
  66. Сравнительный анализ развития малого торгового бизнеса в России и за рубежом.
  67. Стратегический анализ внешней предпринимательской среды.
  68. Стратегия развития предпринимательства в сфере услуг.
  69. Техническая оснащенность организаций оптовой торговли и эффективность использования новых видов оборудования.
  70. Типология организаций розничной торговли по продаже потребительских товаров.
  71. Управление коммерческой деятельностью торговой организации в условиях конкуренции.

72. Управление предпринимательскими рисками в сфере коммерции.
73. Управление товарными запасами на предприятиях оптовой торговли.
74. Управление торгово-технологическими процессами в розничной торговле.
75. Формирование и управление коммерческими операциями в оптовой торговле.
76. Формирование коммерческих связей и организация коммерческой деятельности в оптовой торговле.
77. Формирование оптимального торгового ассортимента розничной торговой сети (магазина розничной торговли).
78. Формирование стратегии развития компании.
79. Формирование технической оснащенности розничных сетей и их влияние на эффективность коммерческой деятельности.
80. Формы организации складского технологического процесса на оптовых фирмах.
81. Ценообразование в сфере коммерческого предпринимательства.

### **Практические задания**

Задание 1. Изучите бланки учетной документации по приемке товаров по качеству и количеству, выполните их оформление.

Задание 2. Оформить «Накладную» (Приложение № 1) по условию: со склада магазина «Орион», для реализации в торговый зал магазина отпущен следующий перечень товара:

1. 50 кг перловой крупы по цене 45 рубля 50 копеек за 1 килограмм;
2. 45 кг манной крупы по цене 40 рублей 50 копеек за 1 килограмм;
3. 100 кг пшенной крупы по цене 35 рублей за 1 килограмм;
4. 100 кг копченой колбасы «Флотская» по цене 300 рублей за 1 килограмм;
5. 1 фляга сметаны (15 кг) по цене 150 рублей за 1 килограмм.

Товар отпущен кладовщиком Короваевой Н.А., получен заведующим отделом «Продукты» Продавайкиной И.Т.

Задание 3. Оформить «Накладную» (Приложение № 1) на отпускаемые товары со склада «Бытовая химия и парфюмерия» магазину «Самая красивая», по доверенности выданной 10.11.12 г. Коробейниковой С. Р. по паспорту - № 9900 серия 2345, выданного РОВД Никольского района 12.12.80г.

№ п/п	Наименование товара	Количество единиц	Цена за единицу
1	Шампунь «Чистая линия»	50 шт.	40-00
2	Шампунь «Ромашка»	55 шт.	40-00

3	Крем-мыло «Ласковые ручки»	35 шт.	15-00
4	Мыло «Малыш»	59 шт.	12-00
5	Зубная паста «Лакалют»	60 шт.	80-00
6	Гигиеническая губная помада «Ягодка» в ассортименте	60 шт.	60-00
7	Крем для ухода за кожей лица дневной «Жемчуг»	30 шт.	70-00
8	Крем для ухода за кожей лица ночной «Жемчуг»	30 шт.	180-00
9	Туалетная вода «Роза»	10 шт.	600-00
10	Порошок стиральный «Обычный»	10 шт.	45-00

Задание 4. Оформить «Акт о расхождении при приемке товаров по качеству и количеству» (Приложение № 2), по следующему условию: в магазине «Ромашка», в период приемки товаров выявлено несоответствие количества товаров, указанное в документе и фактическое:

№ п/п	По документам должно быть:	Фактически при приемке имеется:
1	Колбаса «Докторская» - 215 кг., по цене 260 руб. 50 коп. за 1 кг.	Колбаса «Докторская» - 205 кг., по цене 260 руб. 50 коп. за 1 кг.
2	Колбаса копченая «Флотская» - 120 кг., по цене 250 руб. 00 коп. за 1 кг.	Колбаса копченая «Флотская» - 119 кг., по цене 250 руб. 00 коп. за 1 кг.
3	Колбаса копченая «Водительская» - 40 кг., по цене 320 руб. 00 коп. за 1 кг.	Колбаса копченая «Водительская» - 35 кг., по цене 320 руб. 00 коп. за 1 кг.

Учитывая данное условие, определите разницу, образовавшуюся в при приемке товаров в их количестве, определите недостаю это или излишек. Оформите «Акт» с учетом следующих представителей комиссии: Заведующий складом Воробьев О.В., бухгалтер магазина Банная А.В., кладовщик (укажите собственное Ф.И.О), датой оформления акта проставить день его оформления.

Задание 5. Оформить бланк «Счет-фактуры» (Приложение № 3) по следующему условию: с базы склада «Продукты», отпускается следующий список товаров для магазина «Продовольственные товары», через экспедитора Помогайкина Е.Е.:

1. Колбаса «Докторская» - 215 кг. по цене 260 руб. 50 коп. за 1 кг.
2. Колбаса копченая «Флотская» - 120 кг., по цене 250 руб. 00 коп. за 1 кг.
3. Колбаса копченая «Водительская» - 40 кг., по цене 320 руб. 00 коп. за 1 кг.
4. Лук – 300 кг по цене 30 руб.50 коп. за 1 кг.
6. Чеснок – 25 кг по цене 35 руб.00 коп. за 1 кг.

Рассчитайте цену с учетом НДС – 18%. Дату оформления проставьте по дню заполнения документа.



Задание 6. Оформить бланки «Доверенность» (Приложение № 4) , «Накладная» (Приложение № 1) , «Счет-фактура» (Приложение № 3), по следующему условию: мебельная база «Уют» реализует магазину «Квартирный вопрос» следующие товары:

1. Диваны «Наташа» - 5 шт. по цене 9999-99 руб. за 1 шт.
2. Кресла кровати «Весна» - 10 шт. по цене 7500-50 руб. за 1 шт.
3. Столы компьютерные «Ольха» - 6 шт. по цене 8000-66 руб. за 1 шт.
4. Стулья винтовые – 6 шт. по цене 750-50 руб. за 1 шт.
5. Стулья кухонные – 3 шт. по цене 570-50 руб. за 1 шт.

Товар отпущен через экспедитора Муравьева В.И. (Владимира Ивановича), по доверенности № 20, выданной 15 мая 2013 г, на основании договора о поставке мебельных товаров, и приплаченному счету № 34, дата оплаты счета 10 мая 2013 года, номер «Накладной» - 010, выдана 16 мая 2013 года. Оплата счета произведена в «Росдонбанке». Доверенность на получение выше указанного товара выдана на имя Муравьева В.И. на основании паспорта серия 9900, № 12345, выданного ОГУВД г.Самара от 16 сентября 1986 года.

Задание 7. Изучить «Перечень сертификатов к расходной накладной» (Приложение № 5). Определить орган выдавший сертификат на следующий перечень товаров:

1. Сметана «Сметановна» 15% жирности 200 грамм,
2. Консервированные ананасы «Виталенд» 580 грамм,
3. Сыр «Хохланд» 200 грамм.

Соотнесите искомые сведения в таблицу:

№ п/п	Наименование товара	Регистрационный номер	Орган, выдавший сертификат	Дата выдачи	Действителен до:

Задание 8. Сеть супермаркетов премиум-класса «Азбука вкуса» (Управляющая компания – ООО «Городской супермаркет») была основана в 1992 году. Основная задача, стоявшая перед учредителями, заключалась в том, чтобы продавать товары эксклюзивного класса, которые сложно было бы встретить в обычных магазинах Москвы. Клиентами сети магазинов «Азбука вкуса» являются взыскательные и требовательные покупатели, которых необходимо заинтересовывать широким и уникальным ассортиментом.

Путем этих усилий зародился сегмент розничной торговли – супермаркеты премиум-класса. На Западе нет магазинов с подобным форматом: есть

магазины, которые либо занимаются продажей качественных товаров, либо гастрономические магазины для гурманов. «Азбука вкуса» объединила в себе оба этих формата, продавая как деликатесы, так и продукты на каждый день. Первый магазин под названием «Азбука вкуса» был открыт в 1997 году. На тот момент не было единых сетевых требований по ассортименту и обслуживанию. Поэтому было принято решение развивать торговую сеть в рамках единой маркетинговой, ценовой, мерчендайзинговой, закупочной, операционной и кадровой политики, а также единого фирменного стиля. Несмотря на все усилия, бизнес развивался не теми темпами и не в том направлении, которые устраивали бы всех учредителей. У многих покупателей сложилось впечатление, что у торговой сети «Азбука вкуса» очень дорогие магазины. Потребовалось немало усилий, чтобы изменить сложившиеся стереотипы восприятия «Азбуки Вкуса» как не дорогих магазинов, а магазинов, в которых помимо обычных товаров, продающихся по приемлемым ценам, представлен широкий выбор качественных уникальных товаров.

Новое позиционирование бренда стало приносить отдачу, сделав компанию законодателем тенденций и одним из лидеров российского розничного рынка в выбранном сегменте. На сегодняшний день ассортимент «Азбуки Вкуса» насчитывает более 18 тысяч наименований товаров. *Целевая аудитория* – мужчины в возрасте от 35 до 55 лет и женщины в возрасте 25–45 лет, преимущественно женатые/замужние, с высоким уровнем дохода.

*Позиционирование* – магазин для тех, кто стремится приобретать высококачественные товары, а также продукцию, обладающую уникальными свойствами и характеристиками, которые не представлены в обычных сетевых магазинах.

В таблице представлена основная информация, необходимая для выполнения заданий.

Таблица 1. Показатели сбыта продовольственных новогодних наборов (корзин) в сети магазинов «Азбука вкуса» за 2015 и 2016 гг.

Виды продовольственных новогодних наборов	Продажная цена в супермаркетах «Азбука вкуса», руб.		Количество реализованных наборов в декабре месяце (шт.)		Выручка в декабре месяце, тыс. руб.	
	2015 г. (p <sub>i0</sub> )	2016 г. (p <sub>i1</sub> )	2015 г. (q <sub>i0</sub> )	2016 г. (q <sub>i1</sub> )	2015 г.	2016 г.
Продовольственная корзина № 1. (Водка Finlandia Platinum, 0.7 L; Осетр х/к, Selection, ломтики, 200 г, Россия; Осетр натуральный, «Астраханский рыбзавод», 240 г, Россия; Рьет (паштет) гусиный, «Ле Бон Гу», 180 г, Россия; Оливки	9500	10500	2 196	1798	20862	18879

<p>«Каламата», 365 г, Греция; Печенье соленое «Пуфы со сливочным сыром и луком», Нарру Ноуг, 70 г, Нидерланды; Колбаса с/в чоризо, ООО «Пит-Продукт», 100 г, Россия; Колбаса с/в «Сальчичон Экстра», ООО «Пит-Продукт», 100 г, Россия; Грибы белые маринованные, «Кедровый бор», 277 г, Россия; Сыр из козьего молока «Кабрита» 50%, «Сырных дел мастер», 100 г, Россия; Крекер с сыром грюйер, ДАО, 100 г, Франция; Горчица с инжиром для сыров и мяса, Cascina San Cassiano, 460 г, Италия; Новогодний декор)</p>						
<p>Продовольственная корзина № 2. (Вино итальянское красное Palazzo della Torre IGT Veronese Allegrini, 0.75 L; Соус бальзамический, ANTICHI COLLI, 250 мл, Италия; Оливки черные «Гурмэ» в оливковом масле Extra Virgin, COQUET, 240 г, Испания; Колбаса с/в чоризо, ООО «Пит-Продукт», 100 г, Россия; Хлебные палочки с кунжутом и семенами чиа без глютена, Le Veneziane, 250 г, Италия; Набор из трех видов соусов для сыров, Lazzaris, 3x50 г, Италия; Риег (паштет) из утки, «Ле Бон Гу», 180 г, Россия; Грудинка свиная с/к, «Златиборац», 80 г, Республика Сербия; Сыр пармезан тертый 38%, Cheese Gallery, хлопья, 100 г, Уругвай; Артишоки резанные кубиками, Le conserve della nonna, 270 г, Италия</p>	7000	7500	2 688	2396	18816	17970

Таблица 2. Матрица ABC-анализа продовольственных товаров сети магазинов «Азбука вкуса» в 2016 г.

Товары	Объем продаж,	% к	Накопленная
--------	---------------	-----	-------------

	млн. руб.	итогу	частота, %
Алкоголь	744567	13,65	13,65
Бакалейные товары	597089	10,94	24,59
Кондитерские изделия	520545	9,54	34,13
Рыба, морепродукты	504780	9,25	43,38
Сыры	489987	8,98	52,36
Напитки (соки, воды)	487890	8,94	61,30
Овощи, фрукты	470340	8,62	69,92
Мясные изделия	450245	8,25	78,17
Кулинария «Уже готово»	413564	7,58	85,75
Молочная продукция	401170	7,35	93,10
Торты, пирожные	189567	3,48	96,58
Хлебобулочные изделия	185900	3,42	100
Итого:	5455644	100,0	

Определите: При проведении ABC-анализа в категории (группы) «В» и «С» попадут следующие виды продовольственных товаров сети «Азбука вкуса» ...

*Для решения задания используйте таб 1 и таб 2.*

Задание 9. Используя условие задачи 3, определите: По итогам продаж супермаркетами торговой сети «Азбука вкуса» новогодних продовольственных подарочных наборов была получена выручка, данные о которой за 2 истекших периода представлены в таблице «Показатели сбыта продовольственных новогодних наборов (корзин) в сети магазинов «Азбука вкуса» за 2015 и 2016 гг.». Сопоставляя показатели выручки в отчетном 2016 году с аналогичными показателями базисного периода 2015 года, был определен индекс товарооборота всех типов продовольственных наборов в фактически действовавших (текущих) ценах ( $I_T$ ), который составил. (Ответ округлите до сотых.)

Задание 10. В штат компании логистического оператора на позицию коммерческого директора был принят новый сотрудник с небольшим опытом работы, но с большим энтузиазмом. Благодаря его энергии, на склад удалось привлечь новых клиентов. Однако директор склада ответственного хранения этой компании столкнулся со сложностями, вызванными резким увеличением объема грузообработки на складе. Так, появились конфликтные ситуации по приемке продукции, когда результаты инвентаризации выявляли большие расхождения. По отгрузкам также появились нарекания. На совещании функциональных директоров компании было принято решение внедрить новую систему мотивации персонала, которая позволяла бы, в том числе, отслеживать качество приемки и отгрузки, следовательно, обеспечивать высокий уровень сервиса.

Внедрение системы мотивации началось с самых ответственных участков склада – отделов приемки и отгрузки. При приемке продукции

склад берет на себя ответственность по обеспечению сохранности товаров, а при отгрузке показывает уровень своего сервиса, оцениваемый уже клиентами.

На совещании через 1,5 месяца были озвучены критерии мотивации сотрудников отдела приемки (Таблица 1.) и отгрузки (таблица 2.), а бухгалтерии удалось даже измерить ряд показателей (таблица 3.).

Таблица 1. Критерии мотивации и методика расчета премиальной части заработной платы сотрудников отдела приемки

Критерий мотивации	Величина критерия % считается относительно оклада
Время работы в компании (выслуга лет)	Надбавка 5% к окладу через 6 месяцев, 10% через год, 15% при работе более 2 лет
Объем принятого на склад товара в м <sup>3</sup>	% превышения месячного плана по приемке (т.е. если факт выполнения плана составил 110%, то премия составит 10% от оклада % премии = факт (м <sup>3</sup> ) / план (м <sup>3</sup> ) * 100%
Суммарное количество принятых позиций	Коэффициент сложности 0,8 < Ксл < 1,2 До 1 – не начисляется, свыше 1 – начисляется процент превышения (т.е. если 1,05, то добавляется 5%)
Количество выявленных после приемки ошибок приемки, маркировки, упаковки	Шкала оценки: до 0,2% ошибок приемки, маркировки, упаковки – премия 5% от оклада при условии выполнения плана; 0,21%–0,3% ошибок в заказе – допустимые значения ошибок при приемке, приняты за норму (ни премий, ни штрафных санкций не начисляется); от 0,31 до 0,6% – штраф в размере ущерба, если он определен, или 10% от оклада. Свыше 0,61% – снятие с должности
1-е место в соревновании между сменами при условии выполнения плана	Премия до 5% от фонда оплаты труда смены, распределяет начальник индивидуально

Таблица 2. Показатели, положенные в основу начисления заработной платы сотрудника отдела отгрузки и методика ее начисления

Показатель	Документ – основание для измерения показателя	Количество в месяц по сотруднику, шт.	Пороговое значение процента безошибочных заказов, не менее, %
Доля заказов без отказов, %	Акт установления расхождений на заказы с отказами (пересорт, отсутствие)	4	99,97
Доля заказов без претензий к товару, %	Акт установления расхождений на заказы с претензиями к товару	1	99,98

	(повреждения)		
Доля заказов без претензий к ТСД, %	Количество переоформленных ТСД по заказам	1	99,98
Доля заказов без срыва регламента поставки, %	Количество писем о срывах сроков поставки (вина склада)	2	99,98

Заработная плата сотрудников отдела отгрузки складывается из следующих составляющих: оклад + премия. Премия зависит от доли совершенных, то есть выполненных безошибочно, заказов. Для начисления заработной платы плановым отделом бухгалтерии замеряются доли совершенных заказов (подсчитывается количество документов, удостоверяющих факт некачественно выполненной отгрузки). По каждому измеряемому показателю начисляется премия в размере 10% от оклада, но только в том случае, если процент отклонения фактической доли показателя от плановой не превышает 0,1%.

Количество отгруженных заказов за месяц – 1400. Оклад по должности равен 20000 руб.

Таблица 3. Характеристика результатов работы сотрудников отдела приемки в октябре для начисления премиальной части заработной платы

Показатель	Исходные данные	
	Иванов	Петров
Время работы в компании, мес.	30	11
Фонд оплаты труда смены, руб.	200000	200000
Количество сотрудников в смене, чел.	10	10
План приемки, м <sup>3</sup>	10000	10000
Факт приемки, м <sup>3</sup>	12500	12500
Безошибочно принятые заказы, %	99,9	99,7
Коэффициент сложности заказов	1,06	0,97

Оклад сотрудников отдела приемки равен 20000 руб. в месяц.

Дополнительно известно, что по итогам месяца бригадир распределил поровну между 10 сотрудниками отдела приемки премию за 1 место в соревновании смен.

*Определите:* Размер заработной платы сотрудника отдела приемки Иванова в октябре с учетом премиальной части заработной платы, рассчитанной по системе мотивации, составил \_\_\_\_\_ рубля(-ей).

Задание 11. *Используя условие задания 5 определите:* Размер заработной платы сотрудника отдела приемки Петрова в октябре с учетом премиальной части заработной платы, рассчитанной по системе мотивации.

Задание 12. Фирма при реализации продукции ориентируется на три сегмента рынка. В первом сегменте объем продаж в прошлом периоде

составил 8 млн. шт. при емкости рынка в этом сегменте 24 млн. шт. Предполагается, что в настоящем году емкость рынка в этом сегменте возрастет на 2%, доля фирмы – на 5 %. Во втором сегменте доля фирмы составляет 6%, объем продаж – 5 млн. шт. Предполагается, что емкость рынка возрастет на 14% при сохранении доли фирмы в этом сегменте. В третьем сегменте емкость рынка 45 млн. шт., доля фирмы – 18%. Изменений не предвидится. Определить объем продаж фирмы в текущем году при вышеуказанных условиях.

Задание 13. Торговая фирма закупает товар по цене 200 руб. за единицу и продает в количестве 500 штук еженедельно по цене 255 руб. В результате проведенного исследования отдел маркетинга предложил повысить цену на 7%. Эластичность спроса равна 0,9. Необходимо рассчитать, сколько единиц товара нужно реализовать предприятию, чтобы сохранить свою прибыль на том же уровне. Какую прибыль может получить фирма после изменения цены на 7% с учетом состояния спроса?

Задание 14. *Используя условие задания 5 определите:* Установите соответствие между критерием мотивации и его целью (на решение каких задач направлено установление данного критерия).

- 1.Время работы в компании (выслуга лет)
2. Объем принятого на склад товара (м<sup>3</sup>)
- 3.Суммарное количество принятых позиций
4. Количество выявленных после приемки ошибок приемки, маркировки, упаковки
5. 1-е место в соревновании между сменами при условии выполнения плана

Задание 15. По результатам анализа полной стоимости в логистике руководство компании приняло решение реорганизовать свою цепь поставок. Требуется выбрать складской комплекс с целью хранения бакалейных товаров (крупы, макароны, сахар, соль) для поставки в магазины Москвы и Московской области. Основные поставки идут с нескольких складов, расположенных в Ростовской области. Ежедневно на склад поступает 48 т груза (2 фуры, грузоподъемность по 24 т или доставка железнодорожным транспортом). Доставка по Москве будет осуществляться «Газелями» (грузоподъемность 1,5 т). Руководитель отдела логистики рассматривает три варианта склада по ряду параметров (таблица 1).

Для принятия решения руководитель пригласил группу экспертов для оценки имеющихся вариантов. Опираясь на стратегию построения логистической цепи, эксперты оценили имеющиеся варианты (таблица 2).

Таблица 1. Характеристики складов

Параметр сравнения / Номер склада	1	2	3

Месторасположение	Трасса М4 (Каширское шоссе), 11 км от Москвы	Трасса М4 (Каширское шоссе), 30 км от Москвы	Трасса М5 (Новорязанское шоссе), 6 км от Москвы
Арендная ставка	4500 руб./ кв. м в год	5500 руб./ кв. м в год	5000 руб. / кв. м в год
Минимальный объем сдаваемых площадей в аренду	3000 кв. м	3000 кв. м	1000 кв. м
Возможность субаренды	Да	Да	Нет
Наличие железнодорожной ветки	Да	Нет	Да
Возможность установки фасовочной линии	Нет	Да	Да

Таблица 2. Оценки экспертов по рассматриваемым параметрам

Параметр сравнения/Номер склада	Удельный вес	1	2	3
		Оценка	Оценка	Оценка
Месторасположение	0,25	4	3	5
Арендная ставка	0,3	5	3	4
Минимальный объем сдаваемых площадей в аренду	0,15	3	3	5
Возможность субаренды	0,15	5	5	5
Наличие железнодорожной ветки	0,05	5	0	5
Возможность установки фасовочной линии	0,1	0	5	5

Таблица 3. Остатки на складе (Ростовская область) по месяцам 2016 г.,

т

	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь
Остатки на складе на конец месяца, т	71	70	81	95	99	105	110	87	81	67	73	61



*Определите:* На основании оценок экспертов следует выбрать склад номер. При решении задания используйте таблицу № 1, 2 и 3

Задание 16. В сегменте «жевательные конфеты и мармелад» одним из самых крупных брендов являются жевательные конфеты Skittles, компании Wrigley (Mars inc.). Skittles имеет долю 11% в сегменте «жевательных конфет и мармелада», занимая вторую позицию после Fruittella (рис. 1). Однако конфеты Fruittella представлены на рынке, как в формате жевательных конфет, так и мармелада, в то время как Skittles сфокусирован на производстве исключительно жевательных конфет.

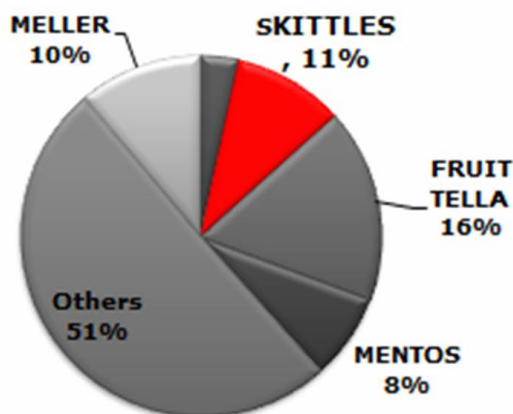


Рис. 1. Доля рынка брендов сегмента «жевательные конфеты и мармелад» (по данным Nielsen, 2016)

Из рисунка 1 видно, что даже торговые марки, занимающие лидирующие позиции в сегменте, достигают не более 16% доли рынка, а более 51% приходится на небольшие бренды локальных производителей. Жевательные конфеты Skittles появились в России в 2002 году. Они не имеют аналогов на рынке, так как обладают уникальной технологией производства, которую очень сложно повторить. В пачке 5 разных фруктовых вкусов, каждая конфета имеет мягкий центр и твердую глазурь, брендированную буквой «s». Сегодня портфель марки представлен двумя форматами и продается в четырех вкусах (рис. 2):



Рис. 2. Портфель жевательных конфет Skittles в России

У бренда Skittles есть свои отличительные характеристики: Целевая аудитория – подростки и молодые люди 14–25 лет. *Позиционирование* – Skittles открывает мир с необычной стороны, показывает, что в обычной реальности могут существовать самые непредсказуемые вещи. *Девиз бренда* – «Со Skittles всегда ожидай самого неожиданного!». Skittles является лидером по поддержке на ТВ в категории кондитерских изделий и обладает самой высокой узнаваемостью среди конкурентов. Это один из самых популярных брендов среди молодежи не только во всем мире, но и в России, его группа в социальной сети «ВКонтакте» насчитывает более 700 тыс. подписчиков.

Приложение 1. Кондитерская категория прикассовой зоны торговых предприятий (по данным Nielsen, 2016)



Приложение 2. PEST-анализ факторов, влияющих на рынок кондитерских изделий и сегмент «жевательных конфет и мармелада», 2016 г.

Факторы	Содержание
Политические	Напряженные политические отношения с США (-)
	Победа Дональда Трампа на президентских выборах в США (+/-)
Экономико-демографические	Финансовый кризис (-)
	Снижение роста благосостояния населения (-)
	Резкое изменение курса валют (+/-)
Социокультурные	Популярность здорового образа жизни (-)
	Борьба с проблемой лишнего веса (-)
Технологические	Широкое распространение и использование глобальной компьютерной сети Интернет и социальных сетей (+)
	Новые технологии производства (+)

Приложение 3. План рекламной кампании по продвижению жевательных конфет Skittles в Интернете и в социальных сетях на 2021 г.

2021 год	Продвижение в соц. сетях	СМС-рассылка	SEO	E-mail	Контекстная реклама	Поддержка сайта	Всего
Январь	144 005	161 726	152 673	124 925	180 865	55 250	
Февраль	144 100	161 726	153 789	124 876	180 293	55 250	
Март	144 303	162 926	153 998	124 995	180 926	55 250	
Апрель	145 198	163 190	155 998	124 995	181 378	55 250	
Май	145 498	163 536	155 998	125 995	181 982	55 250	
Июнь	145 588	164 794	156 881	127 789	182 873	55 250	
Июль	145 620	164 794	158 838	127 934	184 172	55 250	
Август	145 689	165 794	158 799	127 555	184 281	55 250	
Сентябрь	145 888	167 571	158 888	127 995	184 019	55 250	
Октябрь	145 984	167 344	158 888	127 995	188 378	55 250	
Ноябрь	145 995	168 745	158 888	128 997	188 068	55 250	
Декабрь	145 997	168 854	158 997	129 949	188 265	55 250	
Σ	1 743 865	1 981 000	1 882 635	1 524 000	2 205 500	663 000	10 000 000

Определите: Планируемая выручка компании Wrigley (Mars inc.) от продажи жевательных конфет Skittles в 2021 году составляет 340 млн руб. при полной себестоимости продукции в 312,25 млн руб. Для достижения поставленной цели маркетологами компании-производителя, в рамках сформированного маркетингового плана, был разработан бюджет рекламной

кампании по продвижению жевательных конфет Skittles в Интернете и социальных сетях.

Индекс возврата инвестиций (ROI), определяемый как отношение разницы между выручкой, себестоимостью товаров и затратами на продвижение к сумме расходов на рекламную кампанию (затраты на продвижение) составит \_\_\_\_\_%.

*При решении задания используйте файл приложение 3.*

Задание 17. Сыр "Российский" в 100 г содержит белка 24,2%. Какое количество необходимо употребить человеку данного сыра для удовлетворения суточной потребности в белках? Какие пищевые продукты являются наиболее богатым источником белков? Назовите основные свойства белков? Укажите классификацию белков.

Задание 18. В магазин поступила партия цветной капусты свежей для розничной продажи населению, соответствующей отборному сорту, расфасованной в деревянные ящики по 15 кг, общая масса 1,5 т. При транспортировке автофургон попал под дождь, и было принято решение о проведении экспертизы качества данной партии капусты. Экспертиза выдала заключение, в котором отмечалось: головки плотные, чистые, с бугорчатой поверхностью, без постороннего запаха и привкуса, размер головок по наибольшему поперечному диаметру 9 см, 3% головок были с пророщенными внутренними листочками.

Задание 19. В трудовой коллектив, где существует конфликт между двумя группами по поводу внедрения нового стиля руководства, пришел новый руководитель, приглашенный со стороны. Каким образом, по вашему мнению, ему лучше действовать, чтобы нормализовать психологический климат в коллективе? Обоснуйте свой ответ.

1. Установить тесный контакт со сторонниками нововведений и, не принимая всерьез доводы приверженцев старого стиля работы, вести работу по внедрению новшеств, воздействуя на несогласных силой своего примера и примера других.

2. Попытаться разубедить и привлечь на свою сторону приверженцев прежнего стиля работы, противников новаций, воздействовать на них аргументами в процессе дискуссии.

3. Выбрать наиболее авторитетных членов коллектива, поручить им разобраться в сложившейся ситуации и предложить меры по ее нормализации, опираясь на поддержку администрации, профсоюза и т.д.

4. Изучить перспективы развития коллектива, поставить перед коллективом новые задачи совместной трудовой деятельности, опираясь на лучшие достижения и трудовые традиции коллектива, не противопоставлять новое старому.

Задание 20. Работник ООО «Холдинг Комп.» В. Е. Горбачев работал в коллективе 8 лет (ему 26 лет). Все в отделе его ровесники. Большинство из них не женаты, в том числе и он. После окончания заочно Крымского института бизнеса он назначается менеджером одной программы в производственном отделе. Манеры поведения, деловые коммуникации, формы контакта остались у него прежними: обращения друг к другу по имени, прозвищу независимо от возраста, частые насмешки, встречаются приписки, не отказывается с членами отдела дегустировать вина. Социально-психологический климат в коллективе стал прохладным, менеджер перестал быть формальным лидером. По итогам первого полугодия его коллектив занял последнее место. Менеджер стал часто раздражаться, повышать голос, браковать работу. Дисциплина трудовая и производственная осталась низкая. Менеджер стал чаще выполнять, доделывать, переделывать работу за подчиненными. Производственные показатели коллектива не повышались.

- Сформулируете сущность проблемы;
- определите главные ошибки менеджмента;
- примите и сформулируете решения.

Задание 21. Вы - сотрудник компании «Поле-Полюшко», ваша профессиональная сфера - торговля птицей. Вы договорились о поставке птицы из Саратовской области крупному московскому дилеру. Товар уже в пути. Клиент ультимативно потребовал встречи по поводу изменения условий поставок. На встрече он требует изменить условия поставки и расфасовку. Говорит о том, что у него есть другой поставщик, который готов выполнить все его условия и дать лучшую цену. Клиент - коммерческий директор базы. Ваша цель - урегулировать конфликт, сохранить долгосрочные отношения и предотвратить подобные ситуации в будущем. Клиент. У вас нет другого поставщика, но вам необходимо получить требуемые вами условия. Вы допустили ошибку, пообещав вашему клиенту другую расфасовку. Если вы не договоритесь с «Поле-Полюшко», отвечать придется вам перед вашим клиентом.

Задание 22. Торговое предприятие, занимающееся реализацией строительных товаров в Псковской области, в отчетном периоде достигло показателя объема продаж 20 млн. рублей. Уровень запасов предприятия составили 20% от объема продаж, причем расходы на содержание запасов оказались равны 20% от их стоимости. Прочие операционные издержки предприятия за отчетный год увеличились до 15 млн. рублей. Долгосрочные активы предприятия (оборудование, здания и сооружения) были оценены в 20 млн. рублей.

Требуется оценить эффективность логистической работы предприятия путем расчета доходности на активы. Как изменится значение данного показателя, если уровень запасов сократится до 18% от объема продаж благодаря оптимизации логистических операций?

Задание 23. Посетить любой автосалон города и оценить качество торгового обслуживания. Результаты отразить в анкете.

*Анкета для оценки качества обслуживания покупателей*

<i>Вопросы для оценки</i>	<i>Да</i>	<i>Нет</i>
Продавцы отреагировали на Ваш приход в автосалон?		
Поприветствовал ли Вас продавец-консультант и предложил ли помощь в выборе автомобиля?		
Продемонстрировал ли продавец заинтересованность в помощи при выборе автомобиля?		
Смог ли продавец правильно понять Ваши потребности?		
Смог ли он продемонстрировать свои исключительные знание о предложенном автомобиле?		
Внимательно ли продавец слушал Ваши вопросы?		
Смог ли продавец грамотно ответить на Ваши вопросы?		
Прибегнул ли продавец-консультант к помощи другого продавца консультанта из-за некомпетентности в каких-то вопросах?		
Насколько продавец-консультант был сфокусирован на обслуживании?		

Задание 24. Местная фирма производит шины для автомобилей. Выход иностранной компании на рынок, на котором ранее доминировали местные фирмы, изменяет условия конкуренции. Иностранная фирма обладает определенным опытом и ресурсами, привносит новые элементы в конкурентную борьбу. Выход на рынок крупной фирмы может изменить не только расстановку сил конкурирующих компаний, но и сам характер конкуренции. Что делать фирме в этой ситуации ?

**Критерии оценки выполнения практических заданий:**

Оценка «отлично» (высокий уровень сформированности компетенции) ставится, если все задания выполнены правильно, ответы на вопросы даны аргументировано, сделаны обоснованные выводы по заданию со ссылкой на соответствующие правовые нормы, ответ изложен логически

последовательно. Ситуация рассмотрена студентом с различных позиций. Выполнено 25 заданий.

Оценка «хорошо» (достаточный уровень сформированности компетенции) – задания в целом выполнены, но имеют отдельные недостатки: сформулированные выводы требуют дополнительной аргументации; присутствуют несущественные противоречия. Решены правильно и аргументировано 20 заданий.

Оценка «удовлетворительно» (приемлемый уровень сформированности компетенции) – задания выполнены на уровне, который позволяет судить о наличии у студента некоторых знаний, однако ответы сформулированы неясно и не аргументированы, присутствуют существенные противоречия; нарушены единство, логика ответов, использован материал, частично или полностью утративший свое значение. Выполнено правильно и обосновано 15 заданий.

Оценка «неудовлетворительно» (недостаточный уровень сформированности компетенции) – задания выполнены на уровне, который позволяет судить об отсутствии у студента знаний по проблеме: выводы не сформулированы, отсутствует аргументация, единство, логика в выполнении заданий; использован материал без ссылки на источник, на основе которого было выполнено задание. Студентом приводится решение не более 5 заданий или решение практически отсутствует.

### Критерии оценки защиты отчетов:

Шкала оценок	Показатели	Критерии
Отлично (высокий уровень сформированности компетенции)	1. <u>Соответствие содержания отчета требованиям программы практики;</u> 2. <u>Структурированность и полнота собранного материала;</u>	<u>При защите отчета студент продемонстрировал глубокие и системные знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования и внес обоснованные предложения. Студент правильно и грамотно ответил на поставленные вопросы. Студент получил положительный отзыв от руководителя</u>
Хорошо (достаточный уровень сформированности компетенции)	3. <u>Полнота устного выступления, правильность ответов на вопросы при защите;</u> 4. <u>и т.д.</u>	<u>При защите отчета студент показал глубокие знания, полученные при прохождении практики, свободно оперировал данными исследования. В отчете были допущены ошибки, которые носят несущественный характер. Студент ответил на поставленные вопросы, но допустил некоторые ошибки, которые при наводящих вопросах были</u>

Удовлетворительно (приемлемый уровень сформированности компетенции)		исправлены. Студент получил <u>положительный отзыв от руководителя</u> Отчет имеет <u>поверхностный анализ собранного материала, нечеткую последовательность его изложения материала. Студент при защите отчета по практике не дал полных и аргументированных ответов на заданные вопросы. В отзыве руководителя имеются существенные замечания.</u>
Неудовлетворительно (недостаточный уровень сформированности компетенции)		Отчет не имеет <u>детализированного анализа собранного материала и не отвечает установленным требованиям. Студент затрудняется ответить на поставленные вопросы или допускает в ответах принципиальные ошибки. В отзыве руководителя имеются существенные критические замечания.</u>

### Критерии оценивания эссе:

Оценка «отлично» выставляется студенту, если содержание эссе соответствует теме индивидуального научного задания; эссе оформлено в соответствии с общими требованиями написания и техническими требованиями оформления эссе; эссе имеет чёткую композицию и структуру; в тексте эссе отсутствуют логические нарушения в представлении материала; корректно оформлены и в полном объёме представлены список использованной литературы и ссылки на использованную литературу в тексте эссе; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; эссе представляет собой самостоятельное исследование, представлен качественный анализ найденного материала, отсутствуют факты плагиата.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, если содержание эссе соответствует теме индивидуального научного задания; эссе оформлено в соответствии с общими требованиями написания эссе, но есть погрешности в техническом оформлении; эссе имеет чёткую композицию и структуру; в тексте эссе отсутствуют логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлены список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; корректно оформлены и в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте эссе; отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; эссе представляет собой самостоятельное исследование, представлен



качественный анализ найденного материала.

Оценка «удовлетворительно», если содержание эссе соответствует теме индивидуального научного задания; в целом эссе оформлено в соответствии с общими требованиями написания эссе, но есть погрешности в техническом оформлении; в целом эссе имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте эссе есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте эссе; есть единичные орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте; в целом эссе представляет собой самостоятельное исследование, представлен анализ найденного материала.

Оценка «неудовлетворительно», если содержание эссе не соответствует теме индивидуального научного задания; в эссе отмечены нарушения общих требований, написания эссе; есть погрешности в техническом оформлении; в целом эссе имеет чёткую композицию и структуру, но в тексте эссе есть логические нарушения в представлении материала; в полном объёме представлен список использованной литературы, но есть ошибки в оформлении; некорректно оформлены или не в полном объёме представлены ссылки на использованную литературу в тексте эссе; есть частые орфографические, пунктуационные, грамматические, лексические, стилистические и иные ошибки в авторском тексте.

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе прохождения практики, позволяющие оценить уровень сформированности компетенций, содержатся в приложении к ОПОП ВО – программе бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, профиля «Маркетинг».

## **8. Перечень учебной литературы и ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики**

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к одной или нескольким электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета (<http://e-dgunh.ru>). Электронно-библиотечная система (электронная библиотека) и электронная информационно-образовательная среда обеспечивает возможность доступа обучающегося из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", как на территории университета, так и вне ее.

**8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для проведения практики**

<b>№ п/п</b>	<b>автор</b>	<b>Название основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины</b>	<b>Выходные данные по стандарту</b>	<b>Количество экземпляров библиотеке ДГУНХ /Точек доступа</b>
<b>Основная учебная литература</b>				
1.	Синяева, И. М., Жильцова, О. Н., С. В. Земляк, В. В. Синяев	Коммерческая деятельность: учебник и практикум для прикладного бакалавриата	Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 404 с. — ISBN 978-5-534-01641-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт].	<a href="https://biblionline.ru/book/kommercheskaya-deyatelnost-432143">https://biblionline.ru/book/kommercheskaya-deyatelnost-432143</a>
<b>Дополнительная литература</b>				
1	Башаримова, С.И.	Организация торговли. Практикум	Минск : РИПО, 2014. - 296 с. : табл. - Библиогр.: с. 229-231 - ISBN 978-985-503-337-1 ; То же [Электронный ресурс].	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463534">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=463534</a>
2	Парамонова Т.Н.	Маркетинг торгового предприятия	Москва : Дашков и К°, 2016. – 283 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров)	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453293">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=453293</a>
<b>Материалы аналитических интернет-сайтов</b>				
1	<a href="http://minpromtorg.gov.ru/">http://minpromtorg.gov.ru/</a> Министерство промышленности и торговли Российской Федерации;			
2	<a href="https://www.economy.gov.ru/">https://www.economy.gov.ru/</a> Министерство экономического развития Российской Федерации;			
3	<a href="http://mspinvestrd.ru/">http://mspinvestrd.ru/</a> Агенство по предпринимательству и инвестициям республики Дагестан;			
4	<a href="http://www.devbusiness.ru/">http://www.devbusiness.ru/</a> Развитие бизнеса.Ру;			
5	<a href="https://znaytovar.ru/">https://znaytovar.ru/</a> Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза;			
6	<a href="http://www.consultant.ru/">http://www.consultant.ru/</a> Онлайн-версия информационно-правовой системы "КонсультантПлюс";			
7	<a href="http://Standartgost.ru">http://Standartgost.ru</a> Открытая база ГОСТов;			
8	<a href="https://rospotrebnadzor.ru/">https://rospotrebnadzor.ru/</a> Федеральная служба по надзору в сфере защиты			

	прав потребителей и благополучия человека.
9	<a href="http://englishonlineclub.com/download-books/business-books-for-entrepreneurs/index.html">http://englishonlineclub.com/download-books/business-books-for-entrepreneurs/index.html</a> Книги по бизнесу для предпринимателей, профессиональная литература на английском языке
<b>Официальные издания</b>	
1	Федеральный закон от 28 декабря 2009 г. N 381-ФЗ "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_95629/</a>
2	Федеральный закон от 25 декабря 2018 г. N 487-ФЗ "О внесении изменения в статью 251 Федерального закона "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации" <a href="https://rg.ru/2018/12/28/predpri-dok.html">https://rg.ru/2018/12/28/predpri-dok.html</a>
3	Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» // СЗ РФ. – 2006. – № 12. – Ст. 1232. <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/</a>
4	Федеральный закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.03.2019) "О защите прав потребителей" <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_305/</a>
5	Федеральный закон РФ от 23 сентября 1992 г. «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_996/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_996/</a>
6	Федеральный закон РФ "О коммерческой тайне" от 16.08.2004 г. (в последней действующей редакции от 18 апреля 2018 года) <a href="http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/">http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_48699/</a>
<b>Материалы периодических изданий</b>	
1	Журнал «Российское предпринимательство» <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&amp;jid=561724">https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&amp;jid=561724</a>
2	Журнал «Business Excellence» <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&amp;jid=562951">https://biblioclub.ru/index.php?page=journal_red&amp;jid=562951</a>
3	Стандарты и качество: международный журнал для профессионалов стандартизации и управления качеством : журнал / изд. ООО «РИА «Стандарты и качество» ; гл. ред. Г.П. Воронин; учред. Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии, Всероссийская организация качества и др.. – Москва: РИА «Стандарты и качество», 2019. – № 2 (992). – 116 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573492">URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=573492</a> . – ISSN 0038-9692. – Текст : электронный.
4	Контроль качества продукции: журнал для производителей продукции и экспертов по качеству / гл. ред. О.М. Розенталь ; учред. и изд. РИА «Стандарты и качество». – Москва : РИА «Стандарты и качество», 2019. – № 1. – 68 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=499440">URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=499440</a> . – ISSN 1990-7850. – Текст : электронный.

### Справочно-библиографическая литература

1.	Бунин Г.П.	Стандартизация и унификация: современный взгляд, проблемы и пути их преодоления: информационно-аналитическое и практически ориентированное обзорно-справочное пособие	Мурлин : Директ-Медиа, 2019. – 171 с. : ил., схем., табл. –	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=500618">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=500618.</a>
2.	Вилкова С.А. , Голубенко О.А. , Еремеева Н.В. и др.	Товароведение и экспертиза непродовольственных товаров : словарь-справочник / под общ. ред. С.А. Вилковой. – 4-е изд	Москва : Дашков и К°, 2018. – 264 с.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496164">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=496164</a>
	Иванова Т.Н., Позняковский В.М., Окара А.И. , Рязанова О.А.	Термины и определения в области пищевой и перерабатывающей промышленности, торговли и общественного питания : справочник	Новосибирск : Сибирское университетское издательство, 2007. – 396 с.	<a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=57406">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=57406</a>

## **8.2. Перечень ресурсов сети «Интернет», необходимых для проведения практики**

Перечень ресурсов сети "Интернет", необходимых для проведения практики:

1. <http://minpromtorg.gov.ru/> Министерство промышленности и торговли Российской Федерации;
2. <https://www.economy.gov.ru/> Министерство экономического развития Российской Федерации;
3. <http://mspinvestrd.ru/> Агентство по предпринимательству и инвестициям республики Дагестан;
4. <http://www.devbusiness.ru/> Развитие бизнеса.Ру;
5. <https://znaytovar.ru/> Торговля, бизнес, товароведение, экспертиза;
6. <http://www.consultant.ru/> Онлайн-версия информационно-правовой системы "КонсультантПлюс";
7. <http://Standartgost.ru> Открытая база ГОСТов;
8. <https://rospotrebnadzor.ru/> Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека.

Для самостоятельного изучения материала и ознакомления с новинками в области торгового дела рекомендуется использовать следующие Интернет-ресурсы:

1. <https://www.rbc.ru/> «Росбизнесконсалтинг», информационное агентство;
2. <http://bishelp.ru/> Помощь бизнесу;
3. <http://www.torgovyi.ru/> Сайт торговых представителей;
4. <https://www.eg-online.ru/> Агентство консультаций и деловой информации «Экономика и жизнь» .

## **9. Перечень лицензионного программного обеспечения, информационных справочных систем и профессиональных баз данных, используемых при проведении практики**

### **9.1. Перечень лицензионного программного обеспечения**

- Программные средства, эксплуатируемые в организации.

### **9.2. Перечень информационных справочных систем**

- Информационно справочная система «КонсультантПлюс».

### **9.3. Перечень профессиональных баз данных:**

- Открытая база ГОСТов ([www.standartgost.ru/](http://www.standartgost.ru/));
- База данных Министерства промышленности и торговли РФ (<http://minpromtorg.gov.ru/>);
- База данных агентства по предпринимательству и инвестициям республики Дагестан (<http://mspinvestrd.ru/>);

- База данных Торгово-промышленной Палаты РФ (<https://tpprf.ru/>);
- База данных Федеральной службы по интеллектуальной собственности (<https://rupto.ru/>);
- Базы данных Европейского общества маркетинга (World Association of Opinion and Marketing Research Professionals) (<http://www.esomar.org/>);
- База данных маркетингового агентства рыночных исследований и консалтинга "Маркет" ([www.market-agency.ru](http://www.market-agency.ru)).

#### **10. Материально-техническая база, необходимая для проведения практики**

Для проведения учебных занятий, консультаций и приема зачета по практике используются следующие специальные помещения:

**Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации - аудитория № 5.5**

Перечень основного оборудования:

Комплект учебной мебели на 32 посадочных места.

Доска меловая – 1 шт.

Набор демонстрационного оборудования: проектор – 1 ед., персональный компьютер (моноблок) с доступом к сети Интернет и корпоративной сети университета, ЭБС «Университетская библиотека ONLINE» ([www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)), ЭБС «ЭБС Юрайт» ([www.biblio-online.ru](http://www.biblio-online.ru)) – 1 ед.

Перечень учебно-наглядных пособий:

Комплект наглядных материалов (баннеры, плакаты);

Комплект электронных иллюстративных материалов (презентации, видеоролики).

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Windows 10
2. Microsoft Office Professional
3. Kaspersky Endpoint Security

#### **11. Проведение практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

1. Организация и проведение практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с учетом особенностей их психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. Студентам из числа лиц указанных категорий, обучающимся по индивидуальному учебному плану, может быть установлен индивидуальный график прохождения практики.

2. Выбор места прохождения практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья производится с учетом требований их доступности для данных обучающихся. При определении места практики для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья учитываются рекомендации медико - социальной экспертизы, отраженные в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для прохождения практики создаются специальные рабочие места в соответствии с характером нарушений, а также с учетом профессионального вида деятельности и характера труда, выполняемых студентом-инвалидом трудовых функций.

3. Специальные рабочие места для трудоустройства инвалидов - рабочие места, требующие дополнительных мер по организации труда, включая адаптацию основного и вспомогательного оборудования, технического и организационного оснащения, дополнительного оснащения и обеспечения техническими приспособлениями с учетом индивидуальных возможностей инвалидов.

Оснащение (оборудование) специальных рабочих мест для практики обучающихся инвалидов осуществляется индивидуально для конкретного инвалида, а также для группы инвалидов, имеющих однотипные нарушения функций организма и ограничения жизнедеятельности. Специальные рабочие места для прохождения практики инвалидами оснащаются с учетом их нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности в соответствии с основными требованиями к такому оснащению (оборудованию) указанных рабочих мест, определенными федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере труда и социальной защиты населения.

4. Форма проведения аттестации по итогам практики студента-инвалида, лица с ограниченными возможностями здоровья устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. При необходимости студенту-инвалиду, лицу с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки отчета по практике. Проведение защиты отчета по практике студентом - инвалидом, студентом с ограниченными возможностями здоровья допускается дистанционно, с использованием on-line или off-line технологий.

5. В целях доступности получения информации о прохождении практики студентами - инвалидами, лицами с ограниченными возможностями здоровья университетом обеспечивается:


- адаптация официального сайта в сети Интернет с учетом особых потребностей инвалидов по зрению;

- размещение информации о практике в доступных для слабовидящих местах в адаптированной форме; выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт).


**ЛИСТ СОГЛАСОВАННЫХ ИЗМЕНЕНИЙ, ВНЕСЕННЫХ  
В ПРОГРАММУ УЧЕБНОЙ ПРАКТИКИ (ПРАКТИКИ ПО ПОЛУЧЕНИЮ  
ПЕРВИЧНЫХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ, В ТОМ  
ЧИСЛЕ ПЕРВИЧНЫХ УМЕНИЙ И НАВЫКОВ НАУЧНО-  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ)**

В связи с угрозой распространения новой коронавирусной инфекции (COVID-19) на территории Российской Федерации и в соответствии с приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 14 марта 2020 г. № 397 «Об организации образовательной деятельности в организациях, реализующих образовательные программы высшего образования и соответствующие дополнительные профессиональные программы, в условиях предупреждения распространения новой коронавирусной инфекции на территории Российской Федерации» 6 апреля 2020 г. решением Учебно-методического совета ДГУНХ в программу учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) в части организации учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков, в том числе первичных умений и навыков научно-исследовательской деятельности) в формате дистанционной (удаленной) работы при опосредованном (на расстоянии) взаимодействии обучающихся с руководителями практики.

**«Согласовано»**

Председатель Учебно-методического совета ДГУНХ, д.э.н., профессор  
Казаватова Н.Ю.  06 апреля 2020 г.

Руководитель ОПОП ВО, Атаева А.У.  06 апреля 2020 г.

Зав. кафедрой «Маркетинг и коммерция», к.э.н., доцент Келеметова  
С.И.  06 апреля 2020 г.





АКТ № \_\_\_\_\_.

О расхождениях при приемке товаров по качеству и количеству.  
от «    »                                      20    г.

Комиссия в составе:

Председателя \_\_\_\_\_.  
Директора магазина \_\_\_\_\_.  
Материально-ответственного лица \_\_\_\_\_.  
Членов комиссии:

Произвела осмотр товаров (материалов), подлежащих уценке (списанию) вследствие

В результате осмотра оказалось:

Артикул	Наименование товара	Сорт	Ед.изм.	Кол-во	До уценки		После уценки		Сумма уценки
					цена	сумма	цена	сумма	

Итого: \_\_\_\_\_.  
\_\_\_\_\_.  
(цифрами и прописью)

Заключение комиссии:  
О причине порчи, боя \_\_\_\_\_.

об использовании уцененного товара, материала \_\_\_\_\_.

Председатель комиссии: \_\_\_\_\_.

Члены комиссии:  
\_\_\_\_\_.

Акт утверждаю: потери в сумме \_\_\_\_\_ руб. \_\_\_\_ коп.  
отнести за счет \_\_\_\_\_.

Директор торгова \_\_\_\_\_.  
(подпись)            расшифровка подписи



СЧЕТ-ФАКТУРА № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ года.

Продавец \_\_\_\_\_.

Адрес \_\_\_\_\_.

ИНН/КПП \_\_\_\_\_.

Грузоотправитель \_\_\_\_\_.

Грузополучатель и его адрес \_\_\_\_\_.

К платежному расчетному документу: № \_\_\_\_\_ от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ года.

Покупатель: \_\_\_\_\_.

Адрес \_\_\_\_\_.

ИНН/КПП покупателя \_\_\_\_\_.

Наименование товара	Единица измерения	Количество	Цена (тариф) за единицу измерения	Стоимость товаров (работ, услуг), имущественных прав, всего без налога	В том числе акциз	Налоговая ставка	Сумма налога	Стоимость товаров (работ, услуг), имущественных прав, всего с учетом налога	Страна происхождения	Номер таможенной декларации

Всего к оплате

Руководитель организации \_\_\_\_\_, Главный бухгалтер \_\_\_\_\_.

(подпись) (ф.и.о.) (подпись) (ф.и.о.)

Индивидуальный предприниматель \_\_\_\_\_.

(подпись) (ф.и.о.) (реквизиты свидетельства о государственной регистрации

Индивидуального предпринимателя)

\*Примечание первый экземпляр предпринимателю, второй - продавцу.

Организация \_\_\_\_\_.

**ДОВЕРЕННОСТЬ № \_\_\_\_\_.**

Дата выдачи от « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г

Доверенность действительна по « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_\_ г

наименование потребителя и его адрес

наименование плательщика и его адрес

Счет № \_\_\_\_\_ . В

наименование банка

ИНН

Доверенность выдана

\_\_\_\_\_ .  
должность      фамилия, имя, отчество

Паспорт: серия \_\_\_\_\_ .

№ \_\_\_\_\_ .

Дата выдачи \_\_\_\_\_ .

Кем выдан

На получение от

\_\_\_\_\_  
Наименование поставщика

материальных ценностей по \_\_\_\_\_  
наименование, № и дата документа

Оборотная сторона

Перечень материальных ценностей, подлежащих получению

№ п/п	МАТЕРИАЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ	Един. измерения	Количество (прописью)

Подпись лица, получившего доверенность \_\_\_\_\_ удостоверяем

Руководитель \_\_\_\_\_

М.П.   подпись       расшифровка

Главный бухгалтер \_\_\_\_\_

подпись

расшифровка

