

УДК 334.012.42  
ББК 65.422-804  
П 78

Авторы-составители: О. В. Пигунова, канд. экон. наук, доцент;  
С. П. Гурская, канд. экон. наук, доцент

Рецензенты: Л. Ф. Домашиц, и. о. начальника управления торговли  
Белкоопсоюза;  
Е. Г. Кикинева, канд. техн. наук, доцент кафедры  
коммерции и логистики Белорусского торгово-  
экономического университета потребительской  
кооперации

Рекомендована к изданию научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Протокол № 2 от 9 декабря 2014 г.

**Программа** коммерческой (производственной) практики для реализации содержания образовательных программ высшего образования I ступени по специальности 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство» специализациям 1-25 01 14 01 «Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами», 1-25 01 14 02 «Товароведение и организация торговли продовольственными товарами» / авт.-сост. : О. В. Пигунова, С. П. Гурская. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2016. – 24 с.  
ISBN 978-985-540-366-2

Предлагаемое издание поможет студентам углубить, систематизировать и закрепить теоретические знания по изученной дисциплине, приобрести умения и навыки оценки уровня организации коммерческих операций субъектов хозяйствования, умения принимать оптимальные коммерческие решения.

УДК 334.012.42  
ББК 65.422-804

ISBN 978-985-540-366-2

© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2016

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Коммерческая (производственная) практика является частью образовательного процесса подготовки специалистов с высшим образованием и начальным этапом их практической подготовки.

Коммерческая (производственная) практика проводится согласно образовательному стандарту высшего образования I ступени по специальности 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство», учебных планов университета по соответствующим специализациям и в соответствии с Положением о порядке организации, проведения, подведения итогов и материального обеспечения практики студентов высших учебных заведений Республики Беларусь, утвержденным постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 3 июня 2010 г. № 860, и Положением о практике студентов учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации».

Коммерческая (производственная) практика проводится в организациях, занимающихся торговой деятельностью. В процессе прохождения практики студенты должны ознакомиться с организационно-производственной структурой субъекта предпринимательской деятельности, изучить особенности выкладки товаров, характеристики используемого торгового оборудования, схемы расстановки товаров в торговом зале, принципы формирования и управления ассортиментом товаров в организациях торговли, покупательский спрос и методы управления им, а также конъюнктуру рынка, виды и средства рекламы, используемые организациями торговли.

*Цель* коммерческой (производственной) практики – закрепление, углубление и систематизация знаний, полученных студентами в процессе теоретической подготовки; выработка у студентов навыков объективной оценки уровня организации коммерческих операций субъектов хозяйствования, документального их оформления, умения принимать оптимальные коммерческие решения в современных условиях развития экономики страны.

Основными *задачами* практики являются:

- закрепление и углубление теоретических знаний, полученных студентами во время обучения в университете;
- формирование критического подхода, аналитического мышления и современного взгляда на результаты финансово-хозяйственной деятельности, организации коммерческой деятельности;
- изучение внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на коммерческую деятельность;

- приобретение практических навыков документального оформления коммерческих операций;
- разработка рекомендаций и направлений повышения эффективности коммерческой деятельности субъекта хозяйствования;
- приобретение опыта принятия практических решений на основе реализации теоретических знаний, организаторских способностей и приобретенных практических навыков с учетом конкретной ситуации.

*Объектами* коммерческой (производственной) практики могут выступать субъекты хозяйствования Республики Беларусь: оптовые, розничные, оптово-розничные организации торговли. Также допускается прохождение практики в иных хозяйствующих субъектах (производственные предприятия, организации общественного питания).

Основное рабочее место практиканта – торговый (коммерческий) отдел организации, предприятия (или другой соответствующий отдел).

Прохождение коммерческой (производственной) практики содействует формированию и развитию следующих *компетенций* специалиста:

#### 1. *Академических:*

- умение применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач в области коммерческой деятельности;
- владение системным и сравнительным анализом;
- владение исследовательскими навыками;
- умение работать самостоятельно;
- способность порождать новые идеи (быть креативным);
- владение междисциплинарным подходом при решении проблем;
- умение использовать технические устройства, управлять информацией и работать с компьютером.

#### 2. *Профессиональных:*

- умение прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;
- умение выбирать деловых партнеров, проводить с ними деловые переговоры, заключать договоры и контролировать их выполнение;
- умение организовать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента, повышению эффективности деятельности предприятия;
- способность участвовать в выборе и формировании логистических цепей и схем и изыскивать оптимальные логистические системы;

- способность осуществлять управление торгово-технологическими процессами на торговых объектах (товарном складе, магазине);
- умение осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продаж согласно стандартам мерчандайзинга, принятым на предприятии;
- знание функциональных возможностей и умение эксплуатировать торгово-технологическое оборудование, организовывать его метрологический контроль;
- умение анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии развития организации.

Продолжительность прохождения практики указана в таблице 1.

Таблица 1 – Сроки и продолжительность коммерческой (производственной) практики

| Специализация  | Семестр       |               | Продолжительность, недель |               |
|--|---------------|---------------|---------------------------|---------------|
|  | Дневная форма | Заочная форма | Дневная форма             | Заочная форма |
| <i>Полный срок обучения</i>  |               |               |                           |               |
| 1-25 01 14 01 «Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами» | 2-й           | 4-й           | 2                         | 2             |
| 1-25 01 14 02 «Товароведение и организация торговли продовольственными товарами»   | 2-й           | 4-й           | 2                         | 2             |
| <i>Сокращенный срок обучения на основе среднего специального образования</i>       |               |               |                           |               |
| 1-25 01 14 01 «Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами» | 2-й           | 4-й           | 2                         | 2             |
| 1-25 01 14 02 «Товароведение и организация торговли продовольственными товарами»   | 2-й           | 4-й           | 2                         | 2             |

Работающие по специальности студенты заочной формы получения высшего образования могут проходить коммерческую (производственную) практику по индивидуальному заданию в соответствии со служебными обязанностями и характером работы, выполняемой на рабочем месте.

Общее количество часов, отводимое образовательным стандартом на коммерческую (производственную) практику для всех форм и сроков получения высшего образования, составляет 108 ч.

Трудоемкость производственной практики для всех форм и сроков получения высшего образования составляет 3 зачетные единицы.

Задания по коммерческой (производственной) практике в зависимости от объекта прохождения практики студентов приведены в таблице 2.

Таблица 2 – **Задания по коммерческой (производственной) практике для студентов дневной и заочной форм получения высшего образования**

| Задания   | Содержание программы                   |
|---|--|
| Для студентов, проходящих практику в организациях торговли:   |  |
| в розничных торговых организациях   | Разделы 1.1, 1.2, 1.6                  |
| в оптовых торговых организациях   | Разделы 1.1, 1.2 (пункты 1, 2, 4), 1.6 |
| Для студентов, проходящих практику в производственных организациях (предприятиях), с полным и сокращенным сроком обучения | Разделы 1.3, 1.4, 1.6                  |
| Для студентов, проходящих практику по индивидуальному заданию   | Разделы 1.1, 1.5, 1.6                  |

# 1. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ

## 1.1. Организационно-экономическая характеристика организации торговли

Студентам необходимо предоставить организационно-экономическую характеристику организации торговли (райпо, филиала, оптовой базы). При этом требуется:

1. Изучить информацию о зоне деятельности торговой организации, ее роли в торговом обслуживании, организационной структуре и структуре аппарата управления (в виде схем), основных конкурентах.

2. Дать характеристику материально-технической базы субъекта хозяйствования:

- при прохождении практики в *оптовой торговой организации* представить характеристику складского хозяйства по количеству и типам складских сооружений, их размерам и емкостям; показать техническое оснащение складов (механическое и немеханическое оборудование, средства автоматизации и т. п.);

- при прохождении практики в *розничной торговой организации* представить характеристику розничной торговой сети по структуре, численности, размерам торговой площади.

Для выполнения данного задания рекомендуется использовать следующие формы отчетности:

- Отчет о розничной торговле (форма № 1-торг (розница));
- Отчет о деятельности организации оптовой торговли (форма № 1-торг (опт));
- Форму № 6-торг (I Наличие общетоварных складов, II Наличие специализированных складов и хранилищ).

Рекомендуемые формы таблиц для выполнения данного раздела представлены в приложении А, таблицах А.1–А.4.

## 1.2. Основные коммерческие операции в организациях торговли

Студентам необходимо выполнить следующее:

1. Показать построение коммерческой службы торговой организации (в виде схемы), ее роль в организации хозяйственной деятельности. На основании Положения о торговом отделе и должностных инструкциях специалистов изложить основные функции и задачи, отра-

зитель взаимосвязь с другими функциональными подразделениями организации.

2. Изучить хозяйственные связи с поставщиками товаров и организацию договорной работы с ними.

2.1. На примере товарной группы представить характеристику поставщиков, отразив следующие аспекты:

- роль данной товарной группы в жизнеобеспечении населения и товарообороте торговой организации;
- перечень поставщиков по различным группам (изготовители, посредники, география месторасположения), а также объемы поставок за исследуемый период.

2.2. Изучить состояние договорной работы в торговой организации, отразив следующие вопросы:

- основные нормативные и ведомственные акты, регулирующие организацию договорной работы;
- наличие Положения о договорной работе в организации и порядке закрепления полномочий по разработке и заключению договоров;
- анализ информации о количестве и видах заключенных договоров (на примере товарной группы);
- анализ информации об условиях поставки заключенных договоров;
- анализ выгодных и дискриминационных условий поставки (с точки зрения конечного потребителя и торговой организации);
- организацию учета и контроля выполнения договоров (организация оперативного учета, ведение документации, анализ выполнения договоров за предыдущий год).

(Рекомендуемые формы таблиц для выполнения данного пункта задания представлены в приложении А в таблицах А.5–А.8.)

3. Отразить формирование торгового ассортимента:

- методы изучения реализованного спроса (в частности, динамику структуры розничного товарооборота в целом и в разрезе продажи продовольственных или непродовольственных товаров);
- изучение неудовлетворенного спроса (на примере отдельного магазина – анализ порядка ведения журнала предварительных заказов);
- нормативные и ведомственные документы по формированию ассортимента в объектах розничной торговли;
- мониторинг соблюдения ассортиментного перечня на примере конкретного магазина (с личным участием практиканта) с приложением копии ассортиментного перечня, оценкой полноты и устойчивости ассортимента;

- практические материалы коммерческого аппарата торговой организации по контролю за состоянием ассортимента в розничных торговых объектах (справки, акты, рекомендации).

(Рекомендуемая форма таблицы для данного пункта задания представлена в приложении А, таблице А.9.)

4. Изучить формы организации розничной торговли и методы розничной продажи:

- используемые формы организации розничной торговли в динамике (приложение А, таблица А.10);

- используемые методы розничной продажи товаров (приложение А, таблица А.11);

- анализ соответствия используемых методов розничной продажи рекомендуемым методам продажи в разрезе отдельных товарных групп на примере одного из магазинов торговой организации (приложение А, таблица А.12).

### **1.3. Общая характеристика производственного предприятия**

Студентам необходимо выполнить следующее:

- отразить общую характеристику предприятия (полное наименование, ведомственная принадлежность, форма собственности, основное направление деятельности, месторасположение);

- изучить организационную структуру коммерческой службы организации, кадровый состав, уровень образования и функциональные обязанности специалистов, осуществляющих и регулирующих коммерческие операции (с приложением схемы организационной структуры управления, положения об одном из отделов коммерческой службы);

- проанализировать состояние материально-технической базы организации (производственная мощность, степень загрузки, износа оборудования и т. д.).

### **1.4. Основные коммерческие операции производственного предприятия**

Студенты должны выполнить следующее:

1. Изучить ассортиментную политику производственного предприятия:



- целевые сегменты рынка организации, их характеристику; состояние работы по изучению спроса потребителей продукции;
- ассортимент и номенклатуру производимой продукции предприятия (динамика, структура, доля новой продукции).

2. Изучить сбытовую коммерческую деятельность производственного предприятия.

2.1. Проанализировать применяемые каналы сбыта готовой продукции (при наличии фирменной торговли проанализировать ее состояние (наличие магазинов, их расположение, реализуемый ассортимент, применяемые виды стимулирования).

2.2. Провести анализ структуры хозяйственных связей по поставкам произведенной продукции и предоставить следующую информацию:

- характеристику покупателей, их классификацию по территориальному принципу, географии размещения, форме собственности и т. д.;
- долю отдельных покупателей в общем объеме сбыта произведенной продукции предприятием;
- организацию учета и контроля за выполнением договорных обязательств, результаты претензионно-исковой работы;
- анализ содержания двух-трех наиболее значимых договоров на поставку произведенной продукции с правовой и коммерческой точек зрения (соблюдение законности и порядка построения взаимоотношений, соблюдение интересов сторон по договору и конечного потребителя).

По данному разделу практики должен быть представлен аналитический и табличный материал (приложение А, таблицы А.13–А.15).

## **1.5. Индивидуальное задание**

Тематика и наполняемость индивидуального задания определяется руководителем практики от кафедры (задания вписываются руководителем практики в дневник).

## **1.6. Аналитическая записка**

По результатам анализа состояния организации коммерческой деятельности субъекта хозяйствования студентам необходимо представить:

- перечень сильных и слабых сторон коммерческой деятельности (приложение А, таблица А.16);
- основные выводы и предложения по совершенствованию отдельных операций коммерческой деятельности субъекта хозяйствования.

## **2. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ**

### **2.1. Руководство практикой**

Научно-методическое руководство и контроль за организацией и проведением практики от университета осуществляется кафедрой коммерции и логистики.

*Руководитель практики от кафедры* коммерции и логистики осуществляет следующее:

- знакомит студентов с задачами и программой практики, консультирует по вопросам оформления отчетов о практике и ведения дневников, информирует о сроках проведения практики;
- выдает студентам (если необходимо) индивидуальное задание;
- контролирует своевременность прибытия студентов на практику;
- консультирует студентов во время прохождения практики по вопросам программы практики и их освещения в отчете;
- осуществляет контроль за прохождением практики студентами.

Непосредственное руководство практикой в организациях осуществляют высококвалифицированные специалисты соответствующего специальности профиля, которые назначаются приказом руководителя организации.

*Руководитель практики от организации*, осуществляющий непосредственное руководство практикой студентов, выполняет следующее:

- знакомит студентов с организацией работы на конкретном участке, техническими средствами и их эксплуатацией, экономическими показателями деятельности; предоставляет возможность студентам изучать нормативную документацию, формы оперативной, статистической и бухгалтерской отчетности, плановую документацию, договоры и документы, связанные с организацией договорной работы;
- осуществляет контроль прохождения практики студентами, знакомит их с передовыми методами работы, консультирует по производственным вопросам;

- контролирует ведение дневника, подготовку отчета, составляет письменный отзыв о прохождении практики студентами, содержащий объективную оценку деловых, профессиональных и личностных качеств студента, проявленных в период прохождения практики, а также степени выполнения программы практики;
- принимает (по возможности) участие в подведении итогов практики.

## 2.2. Обязанности студента-практиканта

Студенты при прохождении практики обязаны:

- до отъезда на практику ознакомиться с программой практики и получить консультацию по ее прохождению у руководителя практики от кафедры;
- своевременно прибыть на место практики согласно направлению, имея все необходимые документы (направление, дневник, программу), и приступить к ее прохождению;
- соблюдать сроки прохождения практики;
- выполнять требования, предусмотренные программой практики;
- систематически вести дневник практики в соответствии с программой, ежедневно предоставлять его для проверки руководителю практики;
- полностью выполнить программу практики (при наличии – индивидуальное задание);
- соблюдать требования, установленные для работников организации, являющейся объектом практики (законодательство об охране труда и режим рабочего дня организации, а также правила внутреннего трудового распорядка);
- выполнить задание руководителя практики и (или) задание кафедры по научно-исследовательской работе (при выдаче до начала прохождения практики);
- подписать оформленный дневник производственной практики у непосредственного руководителя практики от организации и получить письменный отзыв о прохождении практики (в дневнике);
- представить (либо направить почтой) на кафедру коммерции и логистики письменный отчет о результатах выполнения программы практики и индивидуального задания, подписанный студентом.

По окончании практики студенты должны сдать дифференцированный зачет по практике (защитить письменный отчет) в установленные деканатом сроки.

## **2.3. Требования к содержанию и оформлению итогов практики**

Отчет о прохождении практики должен оформляться начиная с первого дня прохождения практики. В течение последней недели производственной практики студенты завершают работу над отчетом. Они должны самостоятельно определить дату завершения оформления отчета, учитывая, что отчет должен быть предоставлен на кафедру для проверки по окончании практики.

Отчет должен содержать сведения о конкретно выполненной студентами работе в период прохождения практики в соответствии с программой. Теоретический материал в отчет помещать не следует.

Содержание отчета включает следующее:

- титульный лист;
- дневник практики;
- содержание;
- структурированный материал, раскрывающий программу практики;
- рекомендации по совершенствованию коммерческой деятельности субъекта хозяйствования;
- приложения.

Пример оформления титульного листа отчета о практике приведен в приложении Б.

## **2.4. Подведение итогов практики**

По окончании коммерческой (производственной) практики отчет должен быть сдан студентом на кафедру коммерции и логистики не позднее следующего дня после окончания практики. Если производственная практика проводилась в летний период, отчет сдается не позднее 1 сентября. Представленный на кафедру отчет рецензируется руководителем практики от кафедры коммерции и логистики в течение семи рабочих дней.

Если в результате рецензирования отчета руководитель практики от кафедры принимает положительное решение, студент защищает отчет. Защита отчета проводится в университете в присутствии комиссии, в состав которой должны входить преподаватели кафедры коммерции и логистики (не менее двух человек). Комиссия на основании проверки знаний студента проводит защиту отчета в форме дифференцированного зачета с проставлением оценки в зачетную

книжку студента и ведомость, которая затем передается в деканат факультета.

При невыполнении программы практики, получении отрицательного отзыва о работе (пропуски в период прохождения практики, самовольное прерывание прохождения практики и др.) или неудовлетворительной отметки при сдаче дифференцированного зачета студент направляется на практику повторно.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

*Приложение А*

### Рекомендуемые формы таблиц

Таблица А.1 – Доля рынка, занимаемая \_\_\_\_\_  
 (наименование организации)  
 в общем товарообороте \_\_\_\_\_ в 20\_\_–20\_\_ гг.  
 (район деятельности)

| Показатели  | Единица измерения | 20__ г. | 20__ г. | Темп роста, % |
|---|-------------------|---------|---------|---------------|
| Розничный товарооборот через все каналы реализации                          | млн р.            |         |         |               |
| Розничный товарооборот  | млн р.            |         |         |               |
| Удельный вес товарооборота в товарообороте ... (указать район деятельности) | %                 |         |         |               |

Таблица А.2 – Структура товарооборота \_\_\_\_\_  
 (наименование организации)  
 в 20\_\_–20\_\_ гг. (в действующих ценах)

| Показатели   | 20__ г.       |                 | 20__ г.       |                 | Темп роста, (%), или отклонение (+; -) 20__ г. от 20__ г. |
|--|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---|
|  | Сумма, млн р. | Удельный вес, % | Сумма, млн р. | Удельный вес, % |   |
| Товарооборот, всего                                |               |                 |               |                 |   |
| В том числе:                                       |               |                 |               |                 |   |
| по продовольственным товарам                       |               |                 |               |                 |   |
| по непродовольственным товарам                     |               |                 |               |                 |   |
| из них:<br>... (указать изучаемую товарную группу) |               |                 |               |                 |   |

Таблица А.3 – Состояние складского хозяйства

в \_\_\_\_\_ на 01.01.20\_\_ г.  
(наименование оптовой организации)

| Наименование складов | Площадь складов, м <sup>2</sup> | Удельный вес полезной площади в общей площади оптовой организации, % | Объем складов, м <sup>3</sup> | Удельный вес полезного объема в общем объеме оптовой организации, % |
|----------------------|---------------------------------|--|-------------------------------|---|
| 1. ...               |                                 |  |                               |   |
| 2. ...               |                                 |  |                               |   |
| И т. д.              |                                 |  |                               |   |

Таблица А.4 – Изменение структуры розничной торговой сети

\_\_\_\_\_ в 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование организации)

| Показатели  | Количество, единиц |         | Торговая площадь, м <sup>2</sup> |         | Отклонение (+; –) 20__ г. от 20__ г. |                                     |
|---|--------------------|---------|----------------------------------|---------|--------------------------------------|-------------------------------------|
|   | 20__ г.            | 20__ г. | 20__ г.                          | 20__ г. | по количеству, единиц                | по торговой площади, м <sup>2</sup> |
| 1. Всего розничных торговых объектов  |                    |         |                                  |         |                                      |                                     |
| В том числе:  |                    |         |                                  |         |                                      |                                     |
| магазины  |                    |         |                                  |         |                                      |                                     |
| объекты мелкорозничной сети   |                    |         |                                  |         |                                      |                                     |
| автомагазины  |                    |         |                                  |         |                                      |                                     |
| 2. Удельный вес магазинов в общем количестве розничных торговых объектов, % |                    |         |                                  |         |                                      |                                     |

Таблица А.5 – Основные поставщики товаров и объемы поставок

\_\_\_\_\_ в 20\_\_–20\_\_ гг.  
(наименование организации)

| Наименование поставщика        | 20__ г.   |                 | 20__ г.   |                 | Изменение удельного веса, % (+; –) |
|--------------------------------|-----------|-----------------|-----------|-----------------|------------------------------------|
|                                | Сумма, р. | Удельный вес, % | Сумма, р. | Удельный вес, % |                                    |
| <i>Поставщики-изготовители</i> |           |                 |           |                 |                                    |
| 1. ...                         |           |                 |           |                 |                                    |
| 2. ...                         |           |                 |           |                 |                                    |
| И т. д.                        |           |                 |           |                 |                                    |
| Итого                          |           |                 |           |                 |                                    |

Окончание таблицы А.5

| Наименование поставщика      | 20__ г.   |                 | 20__ г.   |                 | Изменение удельного веса, % (+; -) |
|------------------------------|-----------|-----------------|-----------|-----------------|------------------------------------|
|                              | Сумма, р. | Удельный вес, % | Сумма, р. | Удельный вес, % |                                    |
| <i>Поставщики-посредники</i> |           |                 |           |                 |                                    |
| 1. ...                       |           |                 |           |                 |                                    |
| 2. ...                       |           |                 |           |                 |                                    |
| И т. д.                      |           |                 |           |                 |                                    |
| Итого                        |           |                 |           |                 |                                    |
| Всего                        |           |                 |           |                 |                                    |

Таблица А.6 – Географическое размещение поставщиков  
 товаров в \_\_\_\_\_ в 20\_\_–20\_\_ гг.  
 (наименование организации)

| Географическое расположение поставщика | Объем поставки |                 |           |                 | Изменение удельного веса, %, (+; -) |
|--|----------------|-----------------|-----------|-----------------|-------------------------------------|
|  | 20__ г.        |                 | 20__ г.   |                 |                                     |
|  | Сумма, р.      | Удельный вес, % | Сумма, р. | Удельный вес, % |                                     |
| Республиканские, всего                 |                |                 |           |                 |                                     |
| В том числе:                           |                |                 |           |                 |                                     |
| Брестская область                      |                |                 |           |                 |                                     |
| Витебская область                      |                |                 |           |                 |                                     |
| Гомельская область                     |                |                 |           |                 |                                     |
| Гродненская область                    |                |                 |           |                 |                                     |
| Минская область                        |                |                 |           |                 |                                     |
| Могилевская область                    |                |                 |           |                 |                                     |
| Зарубежные, всего                      |                |                 |           |                 |                                     |
| В том числе:                           |                |                 |           |                 |                                     |
| страны СНГ                             |                |                 |           |                 |                                     |
| ...                                    |                |                 |           |                 |                                     |
| Итого                                  |                |                 |           |                 |                                     |



Таблица А.7 – **Виды заключенных договоров в** \_\_\_\_\_  
 (наименование организации)  
**по группе** \_\_\_\_\_ **в 20\_\_ г.**  
 (наименование товаров)

| Поставщик | Вид договора |
|-----------|--------------|
| 1. ...    |              |
| 2. ...    |              |
| И т. д.   |              |

Таблица А.8 – **Характеристика заключенных договоров по группе**  
 \_\_\_\_\_ **в** \_\_\_\_\_ **за 20\_\_ г.**  
 (наименование товаров) (наименование организации)

| Наименование поставщика | Срок действия договора | Условия        |                                   |                  |                |                               |            | дополнительные условия |
|-------------------------|------------------------|----------------|-----------------------------------|------------------|----------------|-------------------------------|------------|------------------------|
|                         |                        | объем поставки | количество ассортиментных позиций | порядок доставки | порядок оплаты | имущественная ответственность |            |                        |
|                         |                        |                |                                   |                  |                | поставщика                    | покупателя |                        |
| 1. ...                  |                        |                |                                   |                  |                |                               |            |                        |
| 2. ...                  |                        |                |                                   |                  |                |                               |            |                        |
| И т. д.                 |                        |                |                                   |                  |                |                               |            |                        |

Таблица А.9 – **Показатели полноты и устойчивости ассортимента товаров магазина** \_\_\_\_\_ **в** \_\_\_\_\_  
 (наименование) (наименование организации)  
**за 20\_\_–20\_\_ гг.**

| Товарные группы | Количество разновидностей по ассортиментному перечню | Результаты проверок, дата |                     |                           |                     |                           |                     | Коэффициент устойчивости |
|-----------------|--|---------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|---------------------------|---------------------|--------------------------|
|                 |  | _____ 20__ г.             |                     | _____ 20__ г.             |                     | _____ 20__ г.             |                     |                          |
|                 |  | Количество разновидностей | Коэффициент полноты | Количество разновидностей | Коэффициент полноты | Количество разновидностей | Коэффициент полноты |                          |
| 1. ...          |  |                           |                     |                           |                     |                           |                     |                          |
| 2. ...          |  |                           |                     |                           |                     |                           |                     |                          |
| И т. д.         |  |                           |                     |                           |                     |                           |                     |                          |

Таблица А.10 – **Используемые формы организации розничной торговли**  
 в \_\_\_\_\_ в 20\_\_–20\_\_ гг.  
 (наименование организации)

| Формы организации розничной торговли                  | 20__ г.       |                 | 20__ г.       |                 | Отклонение (+; –) 20__ г. от 20__ г. |                      |
|---|---------------|-----------------|---------------|-----------------|--------------------------------------|----------------------|
|   | Сумма, млн р. | Удельный вес, % | Сумма, млн р. | Удельный вес, % | по сумме, млн р.                     | по удельному весу, % |
| 1. Торговля в стационарных торговых объектах          |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| 2. Торговля в нестационарных торговых объектах, всего |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| В том числе:  |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| в киосках, павильонах, палатках                       |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| развозная торговля                                    |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| 3. Торговля без (вне) торговых объектов, всего        |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| В том числе:  |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| торговля на ярмарках                                  |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| торговля на рынках                                    |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| 4. Комиссионная торговля                              |               |                 |               |                 |                                      |                      |
| Итого   |               |                 |               |                 |                                      |                      |

Таблица А.11 – **Методы розничной продажи товаров, используемые**  
 в \_\_\_\_\_ в 20\_\_–20\_\_ гг.  
 (наименование организации)

| Метод продажи                              | 20__ г.                      |                 | 20__ г.                      |                 | Отклонение (+; –) 20__ г. от 20__ г. |
|--|------------------------------|-----------------|------------------------------|-----------------|--------------------------------------|
|  | Количество магазинов, единиц | Удельный вес, % | Количество магазинов, единиц | Удельный вес, % |                                      |
| Самообслуживание                           |                              |                 |                              |                 |                                      |
| Традиционное обслуживание                  |                              |                 |                              |                 |                                      |
| Продажа товаров по образцам                |                              |                 |                              |                 |                                      |
| Продажа товаров по предварительным заказам |                              |                 |                              |                 |                                      |

Таблица А.12 – **Использование методов розничной продажи**  
**в магазине** \_\_\_\_\_ **в** \_\_\_\_\_ **в 20\_\_ г.**  
 (наименование) (наименование организации)

| Товарные группы, товары | Рекомендуемый метод (методы) продажи | Используемый метод продажи товаров в магазине |
|-------------------------|--------------------------------------|---|
| 1. ...                  |                                      |   |
| 2. ...                  |                                      |   |
| И т. д.                 |                                      |   |

Таблица А.13 – **Покупатели продукции** \_\_\_\_\_  
 (наименование организации)  
**в 20\_\_–20\_\_ гг.**

| Организации-покупатели | 20__ г.       |                 | 20__ г.       |                 | Отклонение (+; –)<br>20__ г. от 20__ г. |                      |
|------------------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|---|----------------------|
|                        | Сумма, млн р. | Удельный вес, % | Сумма, млн р. | Удельный вес, % | по сумме, млн р.                        | по удельному весу, % |
| 1. ...                 |               |                 |               |                 |   |                      |
| 2. ...                 |               |                 |               |                 |   |                      |
| И т. д.                |               |                 |               |                 |   |                      |

Таблица А.14 – **Условия договоров поставки, заключенных**  
**в** \_\_\_\_\_ **в 20\_\_ г.**  
 (наименование организации)

| Организации-покупатели | Вид продукции | Срок действия договора | Выгодные позиции  |                |
|------------------------|---------------|------------------------|-------------------|----------------|
|                        |               |                        | для производителя | для покупателя |
| 1. ...                 |               |                        |                   |                |
| 2. ...                 |               |                        |                   |                |
| И т. д.                |               |                        |                   |                |

Таблица А.15 – Экспорт продукции \_\_\_\_\_  
 (наименование организации)  
 в 20\_\_–20\_\_ гг.

| Страна  | 20__ г.       |                |                         | 20__ г.       |                |                         | Отклонение<br>(+; -)<br>20__ г.<br>от 20__ г. |
|---------|---------------|----------------|-------------------------|---------------|----------------|-------------------------|---|
|         | Сумма         |                | Удель-<br>ный вес,<br>% | Сумма         |                | Удель-<br>ный вес,<br>% |   |
|         | в руб-<br>лях | в долл.<br>США |                         | в руб-<br>лях | в долл.<br>США |                         |   |
| 1. ...  |               |                |                         |               |                |                         |   |
| 2. ...  |               |                |                         |               |                |                         |   |
| И т. д. |               |                |                         |               |                |                         |   |

Таблица А.16 – Характеристика сильных и слабых сторон коммерческой  
 деятельности в \_\_\_\_\_ за 20\_\_ г.  
 (наименование организации)

| Основные коммерческие операции      | Сильные стороны | Слабые стороны |
|-------------------------------------|-----------------|----------------|
| 1. Организация хозяйственных связей |                 |                |
| 2. Организация договорной работы    |                 |                |
| И т. д.                             |                 |                |

Образец оформления титульного листа  
отчета о практике

БЕЛОРУССКИЙ РЕСПУБЛИКАНСКИЙ СОЮЗ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»

Кафедра коммерции и логистики

**ОТЧЕТ  
О КОММЕРЧЕСКОЙ  
(ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ) ПРАКТИКЕ**

в (на) \_\_\_\_\_  
(организация, предприятие)

\_\_\_\_\_ район, область)

студента (-ки) \_\_\_\_\_ курса  
группы \_\_\_\_\_  
специальности \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_ (фамилия, имя, отчество)

Руководитель от университета

\_\_\_\_\_ (ученая степень, ученое звание,

\_\_\_\_\_ должность, фамилия, имя, отчество)

Руководитель от организации

\_\_\_\_\_ (должность, фамилия, имя, отчество)

Гомель \_\_\_\_\_  
(год)

## СОДЕРЖАНИЕ

|   |    |
|---|----|
| ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА .....   | 3  |
| 1. СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИКИ .....  | 7  |
| 1.1. Организационно-экономическая характеристика организации торговли ..... | 7  |
| 1.2. Основные коммерческие операции в организации торговли .....            | 7  |
| 1.3. Общая характеристика производственного предприятия .....               | 9  |
| 1.4. Основные коммерческие операции производственного предприятия.....      | 9  |
| 1.5. Индивидуальное задание.....  | 10 |
| 1.6. Аналитическая записка .....  | 10 |
| 2. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ.....                                    | 11 |
| 2.1. Руководство практикой .....  | 11 |
| 2.2. Обязанности студента-практиканта .....                                 | 12 |
| 2.3. Требования к содержанию и оформлению итогов практики .....             | 13 |
| 2.4. Подведение итогов практики .....                                       | 13 |
| ПРИЛОЖЕНИЯ .....  | 15 |

Учебное издание

**ПРОГРАММА  
КОММЕРЧЕСКОЙ (ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ)  
ПРАКТИКИ**

**для реализации содержания образовательных программ  
высшего образования I ступени по специальности 1-25 01 14  
«Товароведение и торговое предпринимательство» специализациям  
1-25 01 14 01 «Товароведение и организация торговли  
непродовольственными товарами», 1-25 01 14 02 «Товароведение  
и организация торговли продовольственными товарами»**

Авторы-составители:  
**Пигунова** Ольга Владимировна  
**Гурская** Светлана Петровна

Редактор Е. В. Седро  
Компьютерная верстка Л. Ф. Барановская

Подписано в печать 03.11.16. Формат 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бумага типографская № 1. Гарнитура Таймс. Ризография.  
Усл. печ. л. 1,39. Уч.-изд. л. 1,30. Тираж 80 экз.  
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:  
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации».

Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/138 от 08.01.2014.

Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.  
<http://www.i-bteu.by>

**БЕЛКООПСОЮЗ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

---

Кафедра коммерции и логистики

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по научной работе  
и инновациям

\_\_\_\_\_ Н. А. Сныткова

9 декабря 2014 г.

Регистрационный № УД-785/баз.

**ПРОГРАММА  
КОММЕРЧЕСКОЙ (ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ)  
ПРАКТИКИ**

**для реализации содержания образовательных программ  
высшего образования I ступени по специальности  
1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство»  
специализациям 1-25 01 14 01 «Товароведение и организация  
торговли непродовольственными товарами»,  
1-25 01 14 02 «Товароведение и организация торговли  
продовольственными товарами»**

Гомель 2016