

**А. Л. Денисова, Н. В. Дюженкова,
Н. В. Молоткова, Г. А. Соседов**

**ТЕХНОЛОГИЯ
ОРГАНИЗАЦИИ
ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ И
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ
СТУДЕНТОВ**

◆ Издательство ТГТУ ◆

Министерство образования Российской Федерации
ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

**А. Л. Денисова, Н. В. Дюженкова,
Н. В. Молоткова, Г. А. Соседов**

**ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ
ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ И
ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ
ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ**

Учебно-методическое пособие

Тамбов
◆ Издательство ТГТУ ◆
2002

ББК У9(2)42
Т384

Р е ц е н з е н т
Доктор экономических наук, профессор
Б. И. Герасимов

Т384 **Денисова А. Л., Дюженкова Н. В.,
Молоткова Н. В., Соседов Г. А.**
Технология организации ознакомительной и
производственной практики студентов: Учебно-методическое
пособие. Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2002. 80 с.

В пособии приведены методические указания по организации и
проведению ознакомительной и производственной практики
студентов специальности 351300, 061400 "Коммерция".

Предназначено для студентов специальности 351300, 061400
"Коммерция".

ББК У9(2)42

- © Тамбовский государственный
технический университет (ГТТУ), 2002
- © Денисова А. Л., Дюженкова Н. В.,
Молоткова Н. В., Соседов Г. А., 2002

Учебное издание

ДЕНИСОВА Анна Леонидовна,
ДЮЖЕНКОВА Наталия Владимировна,
МОЛОТКОВА Наталия Вячеславовна,
СОСЕДОВ Геннадий Анатольевич

ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОЗНАКОМИТЕЛЬНОЙ И ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКИ СТУДЕНТОВ

Учебно-методическое пособие

Редактор Т. М. Г л и н к и н а
Инженер по компьютерному макетированию М. Н. Р ы ж к о в а

Подписано в печать 07.10.2002.
Гарнитура Times New Roman. Формат 60×84/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Объем: 4,65 усл. печ. л.; 3,8 уч.-изд. л.
Тираж 100 экз. С. 615

Издательско-полиграфический центр
Тамбовского государственного технического университета
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	4
1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	6
1.1 Организация и руководство практикой	6
1.2 Обязанности заведующего кафедрой и руководителя практики от университета	7
1.3 Обязанности руководителя практики от предприятия	8
1.4 Обязанности студента на производственной практике	10
1.5 Дневник студента-практиканта	11
1.6 Контроль за прохождением практики	12
1.7 Порядок защиты отчета по практике	12
1.8 Оформление отчета по производственной практике	12
2 ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА Изучение деятельности хозяйствующих субъектов на рынке (1 курс)	15
3 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА Анализ информационных потребностей на рынке услуг и продуктов (2 курс)	31
4 ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА Сбор и обработка экономической информации (3 курс)	34
5 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА Анализ маркетинговой среды фирмы (4 курс)	40
6 ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА (5 курс)	57
Приложение 1 Пример оформления дневника студента-практиканта	61
Приложение 2 Титульный лист отчета по практике	62
Приложение 3 Методика проведения анализа финансово-хозяй- ственной деятельности предприятия по данным бухгалтерской отчетности	63

ВВЕДЕНИЕ

Важной составной частью учебного процесса подготовки высококвалифицированных специалистов являются ознакомительная и производственные практики. Производственные практики студентов второго, третьего и четвертого курсов Тамбовского государственного технического университета (ТГТУ) входят в комплекс производственного обучения студентов непосредственно на рабочих местах предприятий, фирм, организаций, учреждений всех форм собственности.

Комплекс практик начинается учебной ознакомительной практикой на первом курсе и заканчивается преддипломной практикой на пятом курсе. Практики являются необходимым и обязательным условием выполнения пятилетнего учебного плана специальности 061400, 351300 "Коммерция", обеспечивающим формирование профессиональных навыков специалистов коммерции и получение соответствующих квалификационных дипломов.

Цель практик состоит в том, чтобы в процессе выполнения реальных торговых, коммерческих, организационно-управленческих, экономических, маркетинговых, рекламно-информационных, товароведческих, посреднических, таможенных, транспортно-складских задач закрепить теоретические знания, полученные при изучении учебных дисциплин, приобрести определенные навыки и умения, а также накопить определенный практический опыт к завершающей стадии обучения, необходимый для формирования специалиста-коммерсанта.

В общие задачи практик входит:

- закрепление теоретических знаний по учебным дисциплинам специальности;
- овладение практическими навыками, технологией работы по специальности непосредственно на рабочих местах, в том числе на автоматизированных, с использованием компьютерной техники, современного программного обеспечения экономической, коммерческой деятельности и современной оргтехники;

- изучение и анализ реальной экономической и коммерческой обстановки в статике и динамике рынка в краткосрочном и долгосрочном периодах применительно к предприятию – базе прохождения практики;
- оценка достигнутых коммерческих результатов конкретных предприятий в краткосрочном и долгосрочном периодах;
- знакомство с техникой и технологией разработки, процедурами принятия и реализации экономических, организационных, управленческих, коммерческих решений, возникающих на конкретных предприятиях;
- сбор материала для осуществления студенческой научно-исследовательской работы, выступления на семинарах и конференциях, публикаций в соответствии с тематикой конкурсных научных грантов, выполнение рефератов, курсовых и дипломных работ, а также работ по договорам с предприятиями.

Студент может проходить практику на предприятиях, фирмах, в компаниях любой формы собственности, занимающихся хозяйственной, коммерческой, производственной, торгово-сбытовой, посреднической, маркетинговой, рекламной, экспедиторской, страховой, финансовой, информационной, учетно-статистической, консультационной и т.п. деятельностью.

Места прохождения производственных практик определяются кафедрой "Технология и организация коммерческой деятельности" (ТиОКД) на основании договорных отношений с предприятиями или официальных запросов предприятий, которые индивидуально согласуются со студентами и закрепляются приказом ректора ТГТУ с назначением конкретных руководителей из числа ведущих преподавателей кафедры.

Результаты прохождения производственных практик анализируются и обсуждаются на заседаниях кафедры, на основании чего разрабатываются рекомендации по совершенствованию учебного процесса подготовки специалистов-коммерсантов в теоретических, прикладных и практических сферах.

1 ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1 Организация и руководство практикой

Ответственность за организацию и проведение производственной практики несет деканат экономического факультета, а учебно-методическое руководство осуществляет кафедра ТиОКД.

Кафедра назначает руководителей практики из числа наиболее опытных преподавателей, осуществляющих руководство научно-исследовательскими, курсовыми и дипломными работами студентов.

Перед началом практики студенты получают от руководителей индивидуальные задания, в которых учтены предполагаемые темы курсовых, дипломных работ, а также тематика докладов научных конференций студентов и молодых ученых.

Руководитель практики от университета уполномочен решать все возникающие проблемы в период прохождения практики в пределах своей компетенции либо согласовывать свои решения с заведующим кафедрой ТиОКД.

В период практики студент выполняет работы в соответствии с заданием на рабочем месте под руководством штатного работника предприятия и в этом случае он может рассматриваться как стажер, дублер, практикант, ассистент, помощник и т.д. Разрешается зачислить студентов в период прохождения практики временно на штатные должности, если работа в этой должности не противоречит программе соответствующей практики и не помешает выполнению задания университетского руководителя. Использование студентов на рабочих местах, не предусмотренных программой, в утвержденные приказом ректора сроки практик не разрешается.

Рабочее время студента-практиканта устанавливается в соответствии с действующими на предприятии (организации) внутренним распорядком и режимом работы. Продолжительность рабочего дня студента-практиканта не должна превышать при пятидневной рабочей неделе 8 часов, а при шестидневной – 7 часов.

Ответственность за организацию производственной практики на предприятии несет руководитель предприятия, заключивший договор с Тамбовским государственным техническим университетом либо приславший официальный запрос на возможность устройства в отведенные сроки конкретного количества студентов-практикантов. Он же назначает приказом руководителя практики от предприятия из числа руководящих высококвалифицированных работников, а в случае нарушения студентом-практикантом норм и правил поведения на предприятии и последующем наложении дисциплинарных взысканий сообщает об этом ректору университета.

1.2 Обязанности заведующего кафедрой и руководителя практики от университета

Заведующий кафедрой ТиОКД обеспечивает общую организацию проведения производственных практик и контроль за ними, выполняя следующее:

- до начала практики устанавливает связь с предприятиями – предполагаемыми базами производственных практик, готовит проект приказа ректора по срокам практик в соответствии с учебным планом специальности, с указанием конкретного места практики и руководителя для каждого студента;
- перед производственной практикой после окончания экзаменационной сессии проводит организационное собрание, где предоставляет студентам программу практики и представляет руководителей практик от кафедры;
- после окончания производственной практики принимает отчет у руководителей практики.

Руководитель практики от кафедры ТиОКД обеспечивает проведение всех организационных мероприятий:

- до начала практики посещает предприятие;
- выдает задание на период прохождения производственной практики каждому студенту-практиканту;
- обеспечивает качество прохождения производственной практики студентами и ее соответствие программе, учебному плану и рабочим программам учебных дисциплин специальности;
- проводит консультации студентов по программе практики;
- контролирует организацию практики на предприятиях;
- руководит научно-исследовательской работой студентов, предусмотренной индивидуальными заданиями на практику в соответствии с научными направлениями кафедры;
- осуществляет контроль за обеспечением предприятием нормальных условий труда студентов-практикантов, контролирует проведение обязательного инструктажа по охране труда, пожарной безопасности и технике безопасности на рабочих местах предприятия;
- контролирует выполнение студентами-практикантами правил внутреннего режима работы и трудового распорядка и дисциплины;
- принимает участие в подготовке научных студенческих конференций по итогам практики;
- принимает отчеты по практике;
- рассматривает и анализирует отчеты студентов по практике, дает отзывы об их работе и представляет заведующему кафедрой отчет о проведении практики вместе с замечаниями и предложениями по совершенствованию практической подготовки студентов-коммерсантов на предприятиях;
- всю работу проводит в контакте с руководителем практики от предприятия, осуществляет учебно-методическое и научное руководство работой студентов-практикантов.

1.3 Обязанности руководителя практики от предприятия

Ответственность за организацию практики от предприятия несет руководитель предприятия, который своим приказом назначает руководителя практики из числа высококвалифицированных специалистов.

Руководитель практики от предприятия:

- работает в контакте с руководителем производственной практики от университета;
- организует прохождение производственной практики студентов в соответствии с программой и выданным заданием;
- обеспечивает соблюдение согласованных индивидуальных графиков прохождения практики;
- обеспечивает качественное проведение инструктажа по охране труда, технике безопасности и пожарной безопасности, по режиму и трудовому распорядку работы, по охране и защите коммерческой и другой информации;
- знакомит или обеспечивает знакомство студентов-практикантов с краткой историей становления предприятия, его уставом, основными направлениями деятельности, структурой управления, с организацией работ в конкретных производственных или функциональных подразделениях предприятия, с техническими и технологическими процессами, составом оборудования и его эксплуатацией, техникой контроля качества товаров, материально-техническим оснащением производственных, складских и торговых помещений;
- вводит в сферу практической деятельности коммерческих, маркетинговых, рекламных, информационных, снабженческо-сбытовых и других необходимых для выполнения задания служб или отделов предприятия;
- предоставляет возможность ознакомиться с состоянием статистической и бухгалтерской отчетности, документооборотом, материально-технической базой и другими вопросами, связанными с деятельностью предприятия;
- осуществляет учет и контроль за производственной работой практикантов, помогает им грамотно выполнять все задания, знакомит с передовыми методами работы и с отраслевой информацией по передовому производственному опыту, по совершенствованию работы предприятия, перспективам его развития и улучшению финансовых показателей;
- предоставляет возможность пользоваться ПК, оргтехникой, а также литературой, технической, экономической, коммерческой, бухгалтерской и другой документацией, не являющейся объектом коммерческой тайны предприятия, при написании отчетов по практике, выполнении научно-исследовательских, курсовых и дипломных работ, подготовке публикаций;

- контролирует соблюдение практикантами производственной и трудовой дисциплины и своевременно сообщает в университет о всех случаях серьезного нарушения студентами правил внутреннего распорядка;
- контролирует ведение дневников, подготовку материалов и отчетов практикантов, составляет на них производственные характеристики;
- осуществляет регулярную информационную связь с университетом;
- отчитывается перед руководством предприятия за организацию и проведение практики.

1.4 Обязанности студента на производственной практике

Студент-практикант обязан:

- получить задание от руководителя и пройти производственную практику в указанные учебным графиком сроки в соответствии с приказом ректора университета;
- освоить нормы и правила, специфические условия, технику безопасности и охраны труда, пожарной безопасности на рабочих местах, в том числе на автоматизированных;
- соблюдать режимные условия, дисциплину и трудовой распорядок работы, а также другие специфические условия функционирования предприятия;
- полностью подчиняться действующим на предприятии правилам внутреннего распорядка, трудовой дисциплины и субординации, грубое нарушение которых ведет к наложению взыскания на студента-практиканта руководителем предприятия и официальному сообщению об этом руководителю практики от кафедры или ректору университета;
- полностью выполнять индивидуальный план прохождения практики в установленные сроки в соответствии с заданием и после ее завершения предоставить руководителю материалы, оформленные должным образом в отчете;
- выполнять отдельные задания руководителя практики на предприятии, согласующиеся с учебной программой и индивидуальным заданием руководителя практики от университета;
- вести дневник практики и ежедневно записывать в него выполненные за рабочий день задачи, регулярно, но не реже одного раза в неделю предъявлять дневник руководителю практики от предприятия для проверки, замечаний, корректировок и отметки о выполнении задания;
- на основании записей, сделанных в дневнике, предоставленной информации и документации, материалов собственных наблюдений и работы самостоятельно составить и оформить в соответствии с требованиями отчет о прохождении производственной практики;
- за два дня до окончания практики сдать полностью оформленный отчет вместе с дневником руководителю производственной практики от предприятия для проверки и получения отзыва;
- в день окончания практики получить зачет по практике на предприятии в виде заверенных подписью и печатью дневника, отчета и краткого отзыва о работе практиканта руководителя практики от предприятия;
- по прибытии в университет защитить отчет по производственной практике на кафедре в указанные графиком учебного процесса сроки, но не позже первых двух недель начала осеннего семестра, получив дифференцированный зачет с соответствующей записью в зачетной книжке;
- в случае несвоевременной защиты отчета студенту засчитывается академическая неуспеваемость и он может защитить отчет по практике только после получения направления на защиту производственной практики в деканате.

1.5 Дневник студента-практиканта

Дневник производственной практики ведется по установленному стандартному образцу (см. Приложение 1) и служит важнейшим обязательным отчетным документом для студента-практиканта.

По прибытии на предприятие в дневнике делаются соответствующие отметки о датах прибытия, и в этот же день в дневник вносится индивидуальный график работы студента-практиканта, в нем отмечается подробно вся проделанная студентом работа за день, и его ежедневно или не реже одного раза в неделю должен подписывать руководитель практики от предприятия.

Несвоевременное заполнение дневника является серьезным нарушением трудовой и учебной дисциплины. Заверенный руководителем предприятия дневник практики (подпись и печать) прилагается к отчету.

1.6 Контроль за прохождением практики

Текущий контроль осуществляется путем регулярного наблюдения за работой студента по программе практики и выполнению индивидуального задания, а также посредством периодических проверок правильности ведения дневника, собранного информационного и другого материала и подготовки отчета.

Наличие у руководителей существенных замечаний (пропуски работы без уважительных причин, отсутствие записей в дневнике, некачественное выполнение предусмотренных программой практики этапов и индивидуальных заданий, отставание в их выполнении) является основанием для внесения в дневник соответствующих замечаний с установлением студенту кратчайших сроков устранения замеченных недостатков.

Проверка качественного прохождения производственной практики на предприятии в целом проводится путем регулярного инспектирования руководителями практики от университета, предприятий и фирм в соответствии с графиком, утвержденным на заседании кафедры.

1.7 Порядок защиты отчета по практике

После окончания практики студент защищает полностью готовый, заверенный печатью предприятия, сброшюрованный отчет вместе с приложениями в сроки, утвержденные графиком учебного процесса. Руководитель практики от кафедры проставляет оценки и оформляет отчет о результатах практики, который хранится в делах кафедры.

Если студент не укладывается в график учебного процесса, разработанный и утвержденный учебным отделом, то защита отчета по производственной практике возможна только при получении направления из деканата.

1.8 Оформление отчета по производственной практике

Содержательная часть отчета оформляется на стандартных листах белой бумаги форматом А4 (210×297 мм) на одной стороне с полями: верхнее – 2,5 см для проставления страниц, левое – 3,0 см для переплета; правое – 1,0 см; нижнее – 2,0 см для заметок руководителя.

При распечатке на принтере предусматривается размер шрифта – 14; рукописный вариант принимается заполненным чернилами или пастой одного цвета (черного, синего или фиолетового) с интервалом между строчками достаточной ширины (допускается не более 30 строчек на одну страницу).

Титульный лист оформляется по установленному в университете образцу (Приложение 2), подписывается студентом-практикантом.

Нумерация страниц отчета – сквозная, начиная с титульного листа, включая приложения. Нумерация должна быть проставлена арабскими цифрами в правом верхнем углу листа. Таблицы, рисунки, диаграммы, бланки, расположенные на отдельных листах, включаются в общую нумерацию.

Все иллюстрации (диаграммы, схемы, графики, чертежи, фотографии и др.) именуется рисунками, которые нумеруются последовательно арабскими цифрами. Графический материал должен иметь тематическое наименование, которое помещают под ним и располагают следующим образом:

Рисунок 1 – Классификация компьютеров

Цифровой материал, помещенный в отчете, рекомендуется оформлять в виде таблиц, которые нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией. Название таблицы должно отражать ее содержание, быть точным, кратким. Название следует помещать над таблицей.

При переносе части таблицы на ту же или другую страницу, название помещают только над первой частью таблицы.

Номер таблицы и ее название пишется следующим образом:

Таблица 1 – Предельные отклонения диаметра

Таблицы каждого приложения обозначаются отдельной нумерацией арабскими цифрами с добавлением перед цифрой обозначение приложения.

Например, "Таблица А.1".

Слово "Таблица" указывают один раз слева над первой частью таблицы, над другими частями пишут слова "Продолжение таблицы" или "Окончание таблицы" с указанием номера таблицы.

Для каждого показателя, включенного в таблицу, должны быть указаны используемые единицы измерения.

Таблицы и рисунки следует помещать после первого упоминания о них в тексте отчета непосредственно сразу в текстовом промежутке или на отдельных листах. Они размещаются так, чтобы с ними можно было работать без разворота отчета. Если такое размещение в отчете невозможно, то их следует располагать так, чтобы для их прочтения и рассмотрения можно было повернуть отчет по часовой стрелке.

Приложения оформляются как продолжение отчета на последующих его страницах. Каждое приложение начинают с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова "Приложение" и его обозначения. Приложение должно иметь заголовок, который размещают симметрично относительно текста с прописной буквы отдельной строкой. В тексте отчета на все приложения должны быть ссылки,

Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, И, О, Ч, Ъ, Ы, Ь. После слова "Приложение" следует буква, обозначающая его последовательность.

2 ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

ИЗУЧЕНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩИХ СУБЪЕКТОВ НА РЫНКЕ (1 курс)

Ознакомительная практика является первой практикой в комплексе практик специальности "Коммерция". Студенты проходят эту практику после окончания весенней экзаменационной сессии первого курса. Продолжительность практики составляет две недели.

За время прохождения практики закрепляются теоретические знания по учебным дисциплинам первого курса. Основной теоретической базой практики являются следующие дисциплины: "Экономическая теория", "Концепция современного естествознания", "Логика", "Информатика", "Стандартизация, метрология и сертификация".

Задачами ознакомительной практики являются закрепление на практике полученных теоретических знаний, сбор материала об организационной структуре предприятия, его производственных подразделениях, торгово-технологическом (производственном) процессе хозяйствующего субъекта.

Базой практики являются фирмы различных форм собственности, функционирующие в различных сферах бизнеса. Информационным ресурсом прохождения практики выступает система маркетинговой информации фирмы, результаты мониторингов.

Содержание практики

Основное содержание ознакомительной практики приведено в табл. 1.

Помимо указанных задач необходимо привести организационно-правовую характеристику предприятия: указать статус предприятия, его отраслевую принадлежность, специализацию, форму собственности; изучить устав предприятия; краткую историю становления и развития предприятия (фирмы); привести регистрационные коды предприятия и его деятельности по общероссийской классификации; проанализировать соответствие

предприятия статусу юридического лица, наличие лицензий; выяснить, каковы цели деятельности фирмы, каковы проблемы и задачи стоят перед фирмой, какие ресурсы и условия необходимы для их достижения и решения.

Также в ходе практики необходимо ознакомиться с ведением делопроизводства на предприятии, в том числе:

- с распределительной документацией (выбрать для отчета один пример приказа по общей деятельности фирмы, второй – по личному составу);
- со справочно-информационной документацией (выбрать для отчета один пример справки, второй – заявления);
- с оформлением трудовых отношений (выбрать для отчета пример трудового соглашения или договора);
- с программными продуктами, включая пакеты прикладных программ, используемыми фирмой для контроля, учета, анализа и статистического оформления своей деятельности.

В табл. 2 – 6 приведены формы, подлежащие заполнению в ходе ознакомительной практики.

Задания, выполняемые во время ознакомительной практики

Задание № 1

Подсчитайте рост производительности труда и сделайте выводы.

1.1 Для рабочих данного участка:

№ п/п	Фамилия рабочего	Квалификация	Выработка (нормо-ч)		Рост выработки
			Базисный период	Отчетный период	
1	2	3	4	5	6

П р и м е ч а н и е. В графе 4 рассматривается среднесуточная норма выработки (выработки в базисном периоде или по нормативу); графа 5 – определяется по результатам проведения фотографии рабочего дня. Искомый результат (графа 6) определяется по методике, описанной в третьем разделе.

1.2 По участкам цеха:

№ п/п	Участок	Базисный период		Отчетный период		Рост производительности труда
		Выполняемый объем работ, нормо-ч	Фактические затраты, ч	Выполняемый объем работ, нормо-ч	Фактические затраты, ч	
1	2	3	4	5	6	7

Примечание. В графах 3 и 4 – среднесуточная норма выработки (выработки по нормативу или в базисном периоде); графы 5 и 6 определяются по результатам проведения фотографии рабочего дня. Искомый результат (графа 7) определяется по методике, описанной в третьем разделе.

Задание № 3

Произведите расчет эффективности использования ресурса, преобладающего в структуре себестоимости продукции:

- по таким статьям допущен перерасход, а по таким достигнута экономия;
- на сколько предприятие смогло бы снизить себестоимость, а соответственно увеличить прибыль, если не допустили перерасхода.

Расчет произведите по данным формы 4.

Задание № 4

Охарактеризовать и описать основных поставщиков и потребителей продукции.
Дать оценку эффективности маркетинговой деятельности предприятия.

№ п/п	Поставщики			Потребители		
	Каналы распре- деления	<i>Количес- тво</i>	Удельный вес, %	Каналы распре- деления	<i>Количес- тво</i>	Удельный вес, %

1	2	3	4	5	6	7

Примечание. Исходные данные: графы 2, 3, 5 и 6 – форма 5. Искомый результат: гр. 4 = гр. 3 · 100 / Σ гр. 3; гр. 7 = гр. 6 · 100 / Σ гр. 6.

Методические рекомендации по выполнению заданий ознакомительной практики

Расчет и анализ производительности труда

1 Уровень производительности труда в промышленности определяется двумя основными показателями: выработкой, т.е. количеством продукции, выработанной в единицу времени, и трудоемкостью, т.е. затратами времени, необходимыми на изготовление продукции. Наиболее распространенным и универсальным показателем является производительность труда – выработка продукции в единицу времени.

В зависимости от того, в каких единицах измеряется объем продукции, различаются три метода определения производительности труда по выработке: натуральный, стоимостной, трудовой.

Натуральный метод исчисления производительности труда применяется на предприятиях, выпускающих однородную продукцию. Выработка выражается здесь в тоннах, штуках, погонных метрах и других натуральных показателях.

Уровень производительности труда при этом методе определяется по следующей формуле:

$$ПТ = Q_n / ССЧ,$$

где ПТ – производительность труда в натуральных единицах; Q_n – объем продукции в натуральных единицах; ССЧ – среднесписочная численность работников промышленно-производственного персонала.

Стоимостной метод – наиболее распространенный. Он применяется для определения производительности труда на предприятиях, выпускающих разнородную продукцию, а также для исчисления производительности труда по отраслям, областям.

Уровень производительности труда характеризуется при этом методе как отношение выпускаемой продукции в стоимостном выражении к среднесписочной численности промышленно-производственного персонала по формуле:

$$ПТ = Q_{ст} / ССЧ,$$

где ПТ – производительность труда одного работника, р.; $Q_{ст}$ – объем продукции, тыс. р.

Если предприятие или цех выпускают несколько видов однородной продукции, то выработка может определяться в условных учетных единицах, или условно-натуральных единицах. При условно-натуральном методе технически однородная, но различная по размерам и конфигурации продукция приводится (на основе соотношения трудоемкости отдельных изделий) к единым учетным единицам. Однако этот метод не может быть применен для предприятия, выпускающего разнородную продукцию, а также для соизмерения производительности труда в различных организациях.

Для расчета производительности труда и анализа ее динамики может быть также использован трудовой (нормативный) метод работ. В данном случае фактические затраты труда на определенный объем работ сравниваются с затратами труда, полагающимися по нормативам, таким образом и определяется выполнение норм выработки рабочим.

Трудовой метод применяется преимущественно на отдельных рабочих местах, в бригадах, на участках, в цехах, при выпуске разнородной и незавершенной производством продукции, которую нельзя измерить ни в натуральных единицах, ни в денежном выражении. При неизменной норме выработки в нормо-часах этот метод достаточно точно характеризует изменение производительности труда.

Например, если рабочий при одном и том же отработанном времени в базисном периоде выработал 200, а в отчетном – 230 нормо-ч, то рост выработки будет равен 15 %:

$$230/200 \cdot 100 - 100 = 15 \%$$

Если в базисном периоде производственный участок, выполнив работу в объеме 30 тыс. нормо-ч, фактически затратил 25 тыс. ч, а в отчетном периоде при объеме работ в 50,4 тыс. нормо-ч выполнил ее за 40 тыс. ч, то рост производительного труда при этом методе можно подсчитать следующим образом.

1 Сначала подсчитаем выполнение норм выработки в базисном периоде:

$$30/25 \cdot 100 = 120 \%$$

2 Определим выполнение норм выработки продукции в отчетном периоде:

$$50,4/40 \cdot 100 = 126 \%$$

3 Определим рост выработки в отчетном периоде по сравнению с базисным:

$$126/120 \cdot 100 - 100 = 5 \%$$

Таким образом, рост производительности труда в нашем примере составит 5 %.

Показатели выработки зависят не только от вида измерения объема производства, но и от единицы измерения рабочего времени. Отсюда выработка может быть определена на:

- один отработанный человеко-час – часовая выработка;
- один отработанный человеко-день – дневная выработка;
- одного среднесписочного работника в год, месяц, квартал – годовая, квартальная, месячная производительность труда.

Показатель трудоемкости представляет собой затраты труда рабочего времени на производство единицы продукции:

$$t = T/Q,$$

где T – рабочее время в нормо-часах при фактически затраченных часах; Q – объем продукции.

По характеру затрат труда различают нормативную (нормированную), плановую и фактическую трудоемкость.

Нормативная трудоемкость характеризует затраты труда рабочего времени на изготовление единицы изделия или объема работ по действующим нормам.

Плановая трудоемкость отражает средние затраты рабочего времени на единицу или объем работ, предусмотренные планом.

Фактическая трудоемкость показывает действительные затраты времени на изготовление единицы изделия или объема работ.

Сопоставление нормативной и фактической трудоемкости характеризует степень (коэффициент) выполнения действующих норм выработки.

В зависимости от вида выполняемых работ работниками, рабочее время которых принимается в расчет при определении трудоемкости, различают ее следующие виды:

1 Технологическая трудоемкость ($T_{\text{тех}}$) включает все затраты труда основных рабочих как сдельщиков, так и повременщиков, осуществляющих основные технологические процессы.

2 Трудоемкость обслуживания производства ($T_{\text{об}}$) определяется затратами труда вспомогательных рабочих основных цехов.

3 Производственная трудоемкость ($T_{\text{пр}}$) представляет собой затраты труда всех рабочих (основных и вспомогательных): $T_{\text{пр}} = T_{\text{тех}} + T_{\text{об}}$.

4 Трудоемкость управления производством ($T_{\text{у}}$) включает затраты труда ИТР, служащих, МОП и ПСО.

5 Трудоемкость полная ($T_{\text{п}}$) представляет собой затраты труда всех категорий ППП: $T_{\text{п}} = T_{\text{тех}} + T_{\text{об}} + T_{\text{у}}$.

Каждый из указанных видов трудоемкости может быть нормативным, фактическим и плановым.

Анализ себестоимости продукции

В себестоимость товарной продукции включаются все затраты предприятия на производство и сбыт товарной продукции в разрезе калькуляционных статей расходов. Себестоимость единицы продукции (калькуляция) показывает затраты предприятия на производство и реализацию конкретного вида продукции в расчете на одну натуральную единицу.

Главными задачами анализа себестоимости продукции являются:

- оценка выполнения заданий по снижению себестоимости;
- выявление причин отклонения от планового уровня затрат;
- изыскание резервов экономии трудовых, материальных и денежных ресурсов, определение возможностей роста на этой основе прибыли предприятия.

Источниками первичной информации анализа себестоимости являются:

- отчеты о выполнении сметы расходов на обслуживание производства и управление (расходы, связанные с работой оборудования, общецеховые и общезаводские расходы), показатели отходов и потерь от брака;
- калькуляция важнейших изделий и выполненных работ;
- отчеты о расходе сырья, материалов, топлива, электроэнергии в сопоставлении с нормами по установленной номенклатуре.

Маркетинговая среда производства

Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена.

Маркетинговая среда производства – совокупность активных субъектов и сил, действующих за пределами производства и влияющих на возможности руководства службой маркетинга устанавливать и поддерживать отношения успешного сотрудничества с целевыми клиентами.

Поставщики – это деловые фирмы и отдельные лица, обеспечивающие предприятия материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров и услуг.

Маркетинговые посредники – это фирмы, помогающие предприятию в продвижении, сбыте и распространении его товаров среди потребителей (клиентуры).

Приведем характеристики основных видов рынков:

1 Потребительский рынок – отдельные лица и домохозяйства, приобретающие товары и услуги для личного потребления.

2 Рынок производителей – организации, приобретающие товары и услуги для использования их в процессе производства.

3 Рынок промежуточных продавцов – организации, приобретающие товары и услуги для последующей перепродажи их с прибылью для себя.

4 Рынок государственных учреждений – государственные организации, приобретающие товары и услуги либо для последующего их использования в сфере коммунальных услуг, либо для передачи этих товаров и услуг тому, кто в них нуждается.

5 Международный рынок – покупатели за пределами страны, включая зарубежных потребителей, промежуточных продавцов и государственные учреждения.

Каналы распределения – совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-либо другому право собственности на конкретный товар или услугу на их пути от производителя к потребителю.

Каналы распределения можно охарактеризовать по числу составляющих их уровней. Уровень канала распределения – это любой посредник, который выполняет ту или иную работу по приближению товара и права собственности на него к конечному покупателю.

Примеры каналов распределения разных уровней представлены на рис. 1.



Рис. 1 Каналы распределения продукции

Каналы нулевого уровня (называемые также каналами прямого маркетинга) состоят из производителя, продающего товары непосредственно потребителю. Одноуровневый канал включает в себя одного посредника. На потребительских рынках этим посредником обычно бывает розничный торговец, а на рынке товаров промышленного назначения им нередко оказывался агент по сбыту или брокер. Двухуровневый канал включает в себя двух посредников. На рынке товаров промышленного назначения это могут быть промышленные дистрибьюторы и дилеры. С точки зрения производителей, чем больше уровней имеет канал распределения, тем меньше возможностей его контролировать.

3 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

АНАЛИЗ ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОТРЕБНОСТЕЙ НА РЫНКЕ УСЛУГ И ПРОДУКТОВ (2 курс)

Данная практика является первой производственной практикой в комплексе практик специальности "Коммерция". Студенты проходят эту практику после окончания весенней экзаменационной сессии второго курса. Продолжительность практики составляет две недели

За время прохождения практики закрепляются теоретические знания по учебным дисциплинам первого и второго курса. Основной теоретической базой практики являются следующие дисциплины: "Экономическая теория", "Информатика", "Статистика", "Экономика предприятия", "Системный анализ", "Основы коммерческой деятельности".

Базой практики являются фирмы различных форм собственности, функционирующие в различных сферах бизнеса.

Целью практики является сбор необходимой для фирмы информации, позволяющей повысить ее конкурентоспособность, рентабельность как отдельных видов продукции, так и фирмы в целом.

Содержание практики

- 1 Дать организационно-правовую характеристику предприятия:
 - статус предприятия, его отраслевая принадлежность, специализация;
 - форма собственности предприятия;
 - устав предприятия;

- краткая история становления и развития предприятия (фирмы).
 - 2 Дать характеристику рынку, на котором действует предприятие, охарактеризовать основных возможных поставщиков и потребителей продукции.
 - 3 Охарактеризовать сферу деятельности предприятия.
 - 4 Выяснить, каковы цели деятельности фирмы, какие проблемы и задачи стоят перед фирмой, какие ресурсы и условия необходимы для их достижения и решения.
 - 5 Выяснить, какие статистические и социологические исследования можно проводить в данной фирме, исходя из особенностей и направлений ее деятельности.
 - 6 Определить цели и задачи проектируемого мониторинга.
 - 7 Определить объект наблюдения, единицу наблюдения, учетную единицу, место и период наблюдения.
 - 8 Охарактеризовать вид наблюдения по времени регистрации фактов и охвату единиц совокупности.
 - 9 Составить программу наблюдения.
 - 10 Разработать анкету.
 - 11 Разработать технологию обработки результатов мониторинга.
 - 12 Собрать информацию, опросив не менее 50 респондентов.
 - 13 Обработать полученные результаты: провести общий подсчет результатов (сводку); провести группировку по различным значимым для данного исследования признакам; определить имеющиеся зависимости; изучить структуру опрошенных.
 - 14 По результатам обработки информации с использованием средств вычислительной техники построить сводные таблицы, диаграммы.
 - 15 На основе проведенного исследования найти сегменты рынка, на которых реализация продукции будет наиболее предпочтительной.
 - 16 Разработка рекомендаций для фирмы.
- Кроме того, в процессе прохождения практики возможен дополнительный сбор информации по направлениям, указанным преподавателем.

Студенты должны знать:

- основные способы и виды наблюдения;
- требования к программе наблюдения;
- способы обработки информации;
- основные виды диаграмм.

Студенты должны уметь:

- формулировать цели исследования, определять его задачи;
- правильно выбирать подходящий для конкретной ситуации вид наблюдения;
- выбирать важные для конкретного исследования признаки наблюдения;
- составлять анкету для проведения исследования;
- осуществлять контакт с респондентами при сборе информации;
- выбирать необходимые методы для обработки результатов наблюдения;
- проводить обработку результатов наблюдения;
- проводить группировку имеющихся данных;
- рассчитывать различные относительные и средние показатели;
- оформлять результаты исследования в виде таблиц;
- строить по имеющимся данным различные диаграммы с использованием средств вычислительной техники;
- описывать полученные результаты;
- по результатам исследования находить для фирмы наиболее привлекательные сегменты;
- давать рекомендации для предприятия, организации, делать выводы по результатам исследования.

Во время прохождения данной практики собирается основная часть материала для написания на третьем курсе курсовых работ по дисциплинам: "Экономика предприятия", "Основы коммерческой деятельности".

4 ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

СБОР И ОБРАБОТКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ (3 курс)

Торгово-технологическая практика является второй производственной практикой в комплексе производственных практик специальности "Коммерция". Студенты проходят эту практику после окончания весенней экзаменационной сессии третьего курса. Продолжительность практики составляет три недели.

За время прохождения практики закрепляются теоретические знания по учебным дисциплинам специальности первого, второго и третьего курса. Основной теоретической базой практики являются следующие дисциплины: "Коммерческая деятельность", "Маркетинг", "Экономическая информатика", "Информационные технологии в коммерческой деятельности", "Статистика", "Экономика предприятия", "Товароведение и экспертиза товаров", "Основы технологии, организации и проектирования предприятия".

Базой практики являются фирмы различных форм собственности, функционирующие в различных сферах бизнеса. Таким образом, практика проводится в одной из организаций: розничном торговом предприятии (независимо от формы собственности); предприятии, занимающемся коммерческой деятельностью (независимо от формы собственности); оптовой базе, хозрасчетном оптовом складе (независимо от формы собственности).

Содержание практики

- 1 Дать организационно-правовую характеристику предприятия:
 - статус предприятия, его отраслевая принадлежность, специализация;
 - форма собственности предприятия;
 - устав предприятия;
 - краткая история становления и развития предприятия (фирмы);
 - регистрационные коды предприятия и его деятельности по общероссийской классификации;
 - проанализировать соответствие предприятия статусу юридического лица, наличие лицензий;
 - выяснить, каковы цели деятельности фирмы, каковы проблемы и задачи стоят перед фирмой, какие ресурсы и условия необходимы для их достижения и решения;
 - изучить структуру аппарата управления (штатное расписание и его характеристику).
- 2 Изучить экономику района деятельности предприятия (месторасположение, характеристику обслуживаемого населения (предприятий), характеристику деятельности предприятия, средний радиус действия).
- 3 Изучить размещение розничной торговой сети и проанализировать обеспеченность торговой сетью населения.
- 4 Изучить технологическую планировку торгового предприятия и проанализировать ее соответствие торгово-эксплуатационным требованиям (приложить технологическую планировку торгового предприятия), оценить эффективность использования площадей предприятия.
- 5 Изучить структуру склада, базы.
- 6 Рассмотреть оформление магазина (склада, предприятия), оценить наличие фирменного стиля. Дать рекомендации по совершенствованию оформления магазина (предприятия)
- 7 Ознакомиться с применяемым торговым оборудованием, проанализировать оснащенность и эффективность использования торгово-технологического оборудования (приложить расчет технико-экономических показателей эффективности использования площади).
- 8 Оценить соответствие существующего оборудования задачам деятельности фирмы. Дать рекомендации.
- 9 Изучить структуру аппарата управления (штатное расписание и его характеристику).
- 10 Изучить права и обязанности руководителя торгового предприятия, товароведа, коммерсанта, торгового агента (должностную инструкцию).
- 11 Ознакомиться с состоянием охраны труда и техники безопасности на предприятии.
- 12 Ознакомиться с ассортиментом товаров, реализуемых предприятием.
- 13 Ознакомиться с порядком разработки и утверждения ассортиментного перечня.
- 14 Проанализировать ассортимент товаров в торговом предприятии и его соответствие ассортиментному перечню.
- 15 Изучить работу предприятия по обновлению ассортимента товаров.
- 16 Расшифровать значение товарных знаков (на примере 2 – 3 образцов) на потребительских товарах, проанализировать их соответствие установленным требованиям качества изготовления и безопасности для людей, расшифровать 2 – 3 штриховых кода.
- 17 Изучить приемы осмотра и дефекты товаров, проанализировать их соответствие нормативным документам.
- 18 Изучить наличие сертификатов на поступающие товары и тару.
- 19 Изучить организацию тарного хозяйства на предприятии, охарактеризовать используемые виды тары.
- 20 Изучить торгово-технологический процесс фирмы
- 21 Ознакомиться с организацией и документальным оформлением отборки и приемки товаров от поставщиков.
- 22 Проанализировать хранение товаров, виды товарных потерь, порядок уценки и списания товаров.
- 23 Проанализировать подготовку товаров к продаже, размещение и выкладку товаров в торговом зале.

- 24 Ознакомиться с формами и методами продажи товаров, используемыми на предприятии.
- 25 Ознакомиться с организацией дополнительных торговых услуг и культурой обслуживания в торговом предприятии.
- 26 Ознакомиться с организацией работы экспедиции склада, базы (по приемке и отпуску товаров).
- 27 Проанализировать размещение и хранение товаров на складах, порядок списания товарных потерь.
- 28 Изучить формы и методы отпуска товаров со склада базы.
- 29 Проанализировать соблюдение прав потребителей в соответствии с Законом РФ "О защите прав потребителей".
- 30 Изучить виды контроля и порядок управления торговым предприятием.
- 31 Рассмотреть организацию перевозки товаров.
- 32 Изучить постановку системы задач на использование средств информационных технологий, экономико-математических методов с целью совершенствования коммерческой деятельности.
- 33 Проанализировать используемые в фирме оболочки и/или пакеты прикладных программ.
- 34 Оценить уровень оснащения фирмы оргтехникой, охарактеризовать компьютерную технику и коммуникационные связи.
- 35 Оценить уровень пользователей персональными компьютерами.

Студенты должны знать:

- организационную структуру предприятия;
- органы руководства и контроля;
- нормативно-правовую документацию на учреждение предприятия;
- типизацию и специализацию торгового предприятия;
- виды складских сооружений;
- район деятельности, структуру базы и ее складское хозяйство;
- оснащенность торгово-технологическим оборудованием;
- виды технологических планировок торговых залов;
- технико-экономические показатели, характеризующие эффективность использования торговых площадей;
- права и обязанности руководителя, товароведа, коммерсанта;
- состояние охраны труда и техники безопасности на предприятии;
- характеристику торгового ассортимента;
- нормативную документацию, характеризующую качество товаров;
- задачи контроля качества товаров;
- состояние и организацию проверки качества товаров;
- приемы осмотра товаров;
- основные дефекты товаров;
- значение правильной организации и технологии приемки, хранения, подготовки товаров к продаже, размещения и выкладки товаров;
- формы и методы продажи и особенности торговли отдельными продовольственными и непродовольственными товарами;
- активные и внемагазинные формы продажи;
- услуги, предоставляемые покупателям;
- Закон РФ "О защите прав потребителей" и утвержденные правила продажи в соответствии с этим Законом;
- технологию приемки товаров;
- работу экспедиции по отпуску товаров;
- организацию размещения, хранения товаров;
- методы складской продажи товаров;
- организацию личной отборки товаров.

Студенты должны уметь:

- давать экономическую характеристику района деятельности предприятия;
- определять вид планировки торгового зала;
- давать характеристику складского хозяйства базы;
- рассчитывать технико-экономические показатели использования площадей;
- определять качество товаров по внешним признакам;
- расшифровывать значение товарных знаков и штриховые коды;
- проводить контроль за соблюдением качества товаров;
- пользоваться нормативными документами, регулирующими организацию технологических процессов и особенности розничной торговли отдельными продовольственными и непродовольственными товарами;

- составлять заявки на завоз товаров;
- осуществлять и документально оформлять приемку товаров по количеству и качеству;
- подготавливать к продаже, размещать и выкладывать товары, осуществлять продажу отдельных продовольственных и непродовольственных товаров;
- внедрять современные, активные формы и методы продажи товаров, услуги;
- организовывать внемагазинные формы продажи;
- документально оформлять продажу товаров в кредит, прием вещей на комиссию;
- осуществлять и документально оформлять обмен и возврат товаров;
- создавать и соблюдать условия хранения товаров;
- подготавливать рабочее место для приемки товаров;
- проводить осмотр внешнего вида товаров, распознавать дефекты;
- оценивать допустимость дефектов по нормативно-технической документации;
- оказывать помощь в подборе товаров;
- документально оформлять отпуск товаров.

Отчет по практике должен содержать следующие разделы: характеристика предприятия, района деятельности предприятия; характеристика планировки торгового предприятия, имеющегося оборудования; характеристика аппарата управления и организации труда на предприятии; характеристика ассортимента товаров; организация тарного хозяйства на предприятии; детальное описание и характеристика торгово-технологического процесса на предприятии; характеристика используемых на предприятии компьютерных технологий. Состав разделов корректируется с учетом специфики базы практики.

Во время практики собирается основная часть материала для написания на четвертом курсе курсовых работ по учебным дисциплинам специальности: "Маркетинг", "Компьютерные технологии в коммерческой деятельности", "Товароведение и экспертиза товаров", "Организация коммерческой деятельности", а также для обработки и анализа данных при проведении студенческой научной работы на старших курсах, подготовки к выступлениям на семинарах, конференциях, к публикациям в журналах, сборниках и т.д.

5 ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ СРЕДЫ ФИРМЫ (4 курс)

Данную практику студенты проходят после окончания весенней экзаменационной сессии четвертого курса, она является завершающим итоговым циклом комплекса производственных практик и основой для подготовки к преддипломной практике на пятом курсе и написанию дипломной работы. Продолжительность данной производственной практики составляет четыре недели.

За время прохождения практики закрепляются теоретические знания по учебным дисциплинам специальности, изученным на первом, втором, третьем и четвертом курсах. Основной теоретической базой практики являются следующие дисциплины: "Коммерческая деятельность", "Маркетинг", "Коммерческая логистика", "Компьютерные технологии в коммерческой деятельности фирмы", "Менеджмент", "Бухгалтерский учет и аудит", "Финансы, денежное обращение и кредит", "Банковское дело", "Налоги и налогообложение", "Биржевая деятельность", "Правовое обеспечение коммерческой деятельности", "Таможенное дело", "Организация рекламного бизнеса", "Технология и организация страховой деятельности", "Организация и техника внешнеторговых операций".

Базой практики являются фирмы различных форм собственности, функционирующие в различных сферах бизнеса. Таким образом, практика проводится в одной из организаций: розничном торговом предприятии; предприятии, занимающемся коммерческой деятельностью; оптовой базе, хозрасчетном оптовом складе.

Информационный ресурс – массив первичных документов, система маркетинговой информации фирмы, стратегический план развития фирмы, информационные ресурсы глобальной сети Internet.

Содержание практики

1 Охарактеризовать макроэкономическую среду деятельности фирмы (экономические, политические, правовые, технологические, социально-культурные, экологические условия функционирования).

2 Выяснить, каковы цели деятельности фирмы, каковы проблемы и задачи, требующие решения, стоят перед фирмой? Какие ресурсы и условия необходимы для их достижения и решения?

3 Ознакомиться с организационно-правовой формой предприятия, историей создания, уставом, учредительными документами.

4 Охарактеризовать организационную структуру фирмы: место и роль отделов, подразделений и специалистов, обязанности и полномочия сотрудников, режим работы фирмы, особенности функционирования коммерческих отделов и служб.

5 Оценить тип и структуру организации управления на фирме.

6 Оценить наличие бизнес-плана и его содержание.

7 Провести анализ внутренней и внешней среды фирмы.

8 Оценить стиль руководства и делегирование полномочий.

9 Оценить систему приема на работу и формирование коллектива.

10 Изучить источники поступления товаров и экономическое обоснование их выбора.

11 Изучить формы и звенность товародвижения.

12 Ознакомиться с организацией закупки товаров; проанализировать роль коммерческих работников предприятия в решении производственных задач.

13 Изучить организацию взаимоотношений с поставщиками товаров (приложить 1 – 2 договора на поставку товаров).

14 Изучить оптовых покупателей (для оптового или производственного предприятия).

15 Ознакомиться с порядком учета и контроля поступления товаров от поставщиков.

16 Ознакомиться с организацией претензионно-исковой работы и наметить пути повышения ее эффективности.

17 Проанализировать, на каких рынках действует предприятие. Какие из этих рынков наиболее важны и почему? Каковы основные сегменты рынка? Каковы потенциальные рынки для товаров данной фирмы?

18 Изучить организацию маркетинговой деятельности на предприятии.

19 Изучить специфику стимулирования сбыта и проведения рекламных мероприятий.

20 Оценить эффективность применяемых рекламных средств.

21 Провести анализ товара и товарной политики:

- Оценить ассортимент предлагаемых основных товаров или услуг.

- На какой стадии жизненного цикла товара находится каждый из товаров, реализуемых фирмой?

- Какова конкурентоспособность каждого реализуемого товара на рынке?

- Какие основные требования предъявляют потребители к товарам фирмы?

- Каков объем возврата покупателями товаров фирмы и в чем заключаются причины возврата?

- Соответствует ли объем расфасовки требованиям данного рынка?

- Можно ли использовать упаковку вторично самими покупателями?

- Какова возможная (фактическая) степень возвратности тары и упаковки?

- Какова степень сохранности товара упаковкой от возможных повреждений?

- Достаточен ли объем информации о товаре, имеющийся на упаковке?

- Какова возможная (фактическая) степень утилизации тары и упаковки?

- Каков уровень влияния утилизации тары и упаковки на окружающую среду?

22 Изучить применяемые на предприятии методы ценообразования, проанализировать гибкость цен в зависимости от рыночных ситуаций.

23 Изучить конкурентоспособность предлагаемых товаров на региональном рынке.

24 Ознакомиться с информационно-рекламной деятельностью торгового предприятия.

25 Проанализировать экономические показатели деятельности предприятия за последние 2 года.

26 Провести анализ эффективности использования основных и оборотных фондов.

27 Провести анализ продаж предприятия по объему и структуре.

28 Оценить рентабельность предприятия.

29 Провести анализ бухгалтерского баланса предприятия.

30 Провести анализ товарных запасов предприятия, оценить их оборачиваемость.

31 Провести анализ выполнения договорных обязательств в целом, а также по ассортименту, качеству, ритмичности поставок.

32 Ознакомиться с порядком расчета, документального оформления и сроками уплаты налогов, санкциями за нарушение налогообложения.

33 Изучить организацию учета и отчетности в торговом предприятии.

34 Ознакомиться с организацией материальной ответственности в торговом предприятии, порядком проведения инвентаризаций и начисления заработной платы.

35 Ознакомиться с порядком оформления и сдачи выручки.

36 Изучить порядок распределения прибыли.

37 Описать управление материалопотоками на складах предприятия: координацию деятельности работников складов, оперативные графики работы складов, составление технологических карт.

38 Оценить управление товарными запасами на предприятии (складе), нормирование, контроль за состоянием товарных запасов, пополнение запасов.

39 Описать систему управления товарными запасами на предприятии.

40 Охарактеризовать организацию транспортировки товаров: виды транспорта и транспортных магистралей, маршрутопотоки, эффективность их использования, структура затрат на транспортировку.

Студенты должны знать:

- основные элементы коммерческой работы торгового предприятия;
- нормативные документы, регулирующие поставку товаров;
- формы и методы маркетинга;
- работу отдела маркетинга;
- методы ценообразования;
- виды информационно-рекламной деятельности;
- поставщиков товаров и их ассортимент;
- содержание оперативной работы по контролю за состоянием товарных запасов на складах базы и их нормализацией;
- технологию управления товарными запасами;
- показатели, характеризующие экономическую деятельность предприятия;
- документы по налогообложению;
- виды материальной ответственности;
- порядок отчетности в торговом предприятии;
- порядок распределения прибыли;
- порядок проведения инвентаризации;
- источники поступления товаров;
- формы и звенность товародвижения;
- оптовых покупателей базы;
- порядок начисления заработной платы.

Студенты должны уметь:

- пользоваться нормативными документами, регулирующими поставку товаров;
- подготавливать материалы для заключения договоров на поставку товаров;
- вести учет и контроль за выполнением договорных обязательств;
- подготавливать материалы по претензиям к поставщикам по количеству, качеству, исковое заявление в арбитраж;
- планировать и организовывать рекламные мероприятия, рассчитывать их экономическую эффективность;
- осуществлять оперативный контроль за состоянием товарных запасов;
- определять показатели экономической деятельности торгового предприятия;
- рассчитывать размер суммы налога;
- определять результат по материалам инвентаризации;
- определять размер заработной платы;
- составлять товарно-денежный отчет;
- документально оформлять выручку;
- изыскивать источники поступления товаров.

Отчет по практике должен содержать следующие разделы: характеристика предприятия, его внутренней и внешней среды; характеристика взаимоотношений с покупателями и поставщиками; характеристика системы распределения на предприятии; характеристика аппарата управления и организации труда на предприятии; характеристика товарной политики предприятия; характеристика ценообразования на предприятии; характеристика рекламной деятельности предприятия, анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия и др. Состав разделов корректируется в зависимости от специфики базы практики.

В приложении 3 приведена методика проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия по данным бухгалтерской отчетности.

Во время практики собирается основная часть материала для написания курсовых работ по учебным дисциплинам: "Электронная коммерция", "Организация коммерческой деятельности предприятия", а также для обработки и анализа данных при проведении студенческой научной работы на старших курсах, подготовки к выступлениям на семинарах, конференциях, к публикациям в журналах, сборниках и т.п. Во время этой производственной практики на четвертом курсе осуществляется сбор информационных материалов и документов, первичная их обработка и анализ по учебным дисциплинам специализации, а также определяются возможные варианты тем и направления дипломного проектирования для успешной работы на пятом курсе.

Примерный перечень возможных дополнительных вопросов индивидуального задания

Поскольку предприятия и фирмы, занимающиеся коммерческой деятельностью, очень разнообразны и имеют много специфических особенностей в своей работе, то не всегда возможно учесть весь спектр вопросов, необходимых для изучения студентами на производственной практике. Кроме того, для организации научной работы студентов на четвертом курсе руководитель практики от кафедры может формировать индивидуальные задания и согласовывать их с практикантами, исходя из научно-исследовательской тематики и научных интересов профессорско-преподавательского, аспирантского состава кафедры и самих студентов. Далее приведен примерный перечень возможных вопросов индивидуального задания, который периодически может подвергаться корректировке в зависимости от развития экономики в крае, регионе, стране, мире, соответственно учебному процессу университета, кафедры ТиОКД и специальности.

1 На торговых предприятиях

- 1 Местонахождение (географическая дислокация) предприятия, всесторонняя оценка преимуществ расположения и уровень их использования.
- 2 Анализ и характеристика контингента обслуживаемых покупателей.
- 3 Характеристика специализации деятельности предприятия, обоснование выбора данной специализации, ее особенности, размер торговых площадей, определение типа предприятия, классификационные коды местонахождения, деятельности и реализуемой товарной продукции.
- 4 Наличие у фирмы своего товарного знака; привести его изображение и описание.
- 5 Виды стандартов, применяемых в деятельности фирмы, привести образцы нормативно-технических документов.
- 6 Наличие сертификатов, лицензий и порядок их получения.
- 7 Разрабатывает ли фирма объекты интеллектуальной собственности, имеет ли свои патенты и лицензии?
- 8 Какие объекты интеллектуальной собственности включены в уставный капитал предприятия?
- 9 Режим работы предприятия, обоснование эффективности выбора режима работы.
- 10 Ассортиментный набор товаров, принципы, порядок и эффективность формирования ассортимента товаров торговых предприятий (фирм).
- 11 Процесс управления качеством и ассортиментом товаров на торговом предприятии.
- 12 Виды информации о товаре и их влияние на торгово-операционную деятельность, на рациональное использование и эффективную реализацию товаров.
- 13 Используемые средства информации о товаре, специфические требования и способы маркировки. Информационный и предупредительный характер маркированных данных.
- 14 Характеристика форм и методов обслуживания покупателей, характеристика дополнительных видов обслуживания покупателей (спектр сервисных услуг при осуществлении покупок), место и время индивидуальной работы с покупателями, обоснование эффективности использования выбранных методов обслуживания покупателей на предприятии.
- 15 Круг постоянных и потенциальных источников закупки товаров, их географическое месторасположение, характеристика, особенности, классификация и обоснование эффективности выбора поставщиков.
- 16 Организация изучения спроса на продукцию, работу или услуги предприятия, маркетинговые исследования, использование полученных информационных и аналитических данных о возможных перспективах развития спроса в коммерческой деятельности для данного предприятия.
- 17 Методы определения географии и объема закупок, расчет экономической эффективности закупочной деятельности.
- 18 Характеристика коммерческой работы предприятия по заключению контрактов (договоров) на поставку товаров и торговых сделок.
- 19 Порядок оформления и содержание контрактов (копии документов приложить к отчету).
- 20 Порядок и виды расчетов с партнерами и клиентами (копии документов приложить к отчету).
- 21 Ведение учета договорных взаимоотношений с поставщиками, претензионная работа.
- 22 Характеристика внешнеэкономической деятельности фирмы.
- 23 Вид и характеристика продукции, являющейся предметом импорта или экспорта.
- 24 Система взаимодействия с государственными таможенными органами (имеет ли фирма своего подготовленного декларанта или пользуется услугами таможенного брокера).
- 25 Имеет ли предприятие льготы по таможенным пошлинам, их объем и характеристика.
- 26 Привести образец грузовой таможенной декларации (ГТД) и других документов, необходимых для декларирования грузов.
- 27 Изучение приемов и методов организации индивидуальной работы с покупателями, уровень использования предприятием спектра методов стимулирования сбыта товаров.
- 28 Соблюдение торговым предприятием закона РФ "О защите прав потребителей". Порядок и оценка уровня обмена и возврата товаров. Уровень финансовых потерь от возврата товаров.

29 Ознакомление с приемкой отечественных и импортных товаров по ассортименту, количеству и качеству. Порядок оформления и учета.

30 Изучение организации пополнения ассортимента товаров в торговых точках (методы определения размера партии и интервалов завоза товаров в торговые точки), организации доставки товаров в торговые точки.

31 Виды и формы транспортно-экспедиционного обслуживания предприятия.

32 Преимущества и эффективность выездной торговли, подвижных торговых точек (автолавок, контейнерных прицепов, лотков).

33 Анализ издержек обращения по уровню, структуре в динамике на долгосрочный и краткосрочный периоды.

34 Изучение системы налогообложения предприятия (ставки, уровни федеральных, муниципальных, местных налогов и отчислений, доля налоговой составляющей в структуре себестоимости и отпускной цены продукции).

35 Анализ товарных запасов в складских помещениях и их динамика на долгосрочный и краткосрочный периоды.

36 Анализ розничного и оптового товарооборота по структуре (ассортименту товаров) и объему в натуральном и денежном выражении в динамике на долгосрочный и краткосрочный периоды.

37 Провести анализ показателей экономической эффективности деятельности предприятия (динамика доходов, прибыли, рентабельности и др.).

2 В посреднических фирмах или предприятиях

1 Месторасположение предприятия, характеристика и оценка особенностей его посреднической деятельности:

- виды посреднических функций предприятия (обеспечение заключения договоров между продавцом и покупателем);

- самостоятельная закупка товаров у производителей или крупных (средних) оптовиков и продажа мелким оптовикам или потребителям;

- обеспечение доставки и хранения товаров; предложение различного спектра услуг, связанных с доведением любого товара от производителя до потребителя;

- целесообразность и экономическая эффективность выполнения различного набора этапов и циклов (звенности, ступенчатости) посреднической деятельности для предприятия.

2 Характеристика ассортимента и объемов закупаемых товаров. Обоснование выбранной специализации деятельности предприятия и ее эффективность.

3 Порядок формирования ресурсов (основных и оборотных средств), методы подбора кадров и формирования коллектива для осуществления коммерческой деятельности.

4 Методы определения объемов деятельности предприятия (объем посреднического оборота), перспективные направления и возможности расширения коммерческой деятельности на рынках в регионе.

5 Организация исследования конъюнктуры рынка и порядок использования данных о спросе и предложении в посреднической деятельности предприятия.

6 Методы исследования мотивации и поведения рыночных конкурентов и необходимость использования данных в коммерческой деятельности посреднической фирмы.

7 Исследование и оценка постоянных, временных, перспективных и потенциальных источников закупки товаров, классификация источников по организационному признаку, географическому месторасположению, специализации, срокам выполнения контрактов, степени надежности.

8 Изучение принципов, правил, факторов, условий и методов, по которым предприятие выбирает источники закупки товаров, обоснование выбора того или иного поставщика.

9 Характеристика работы предприятия по организации закупочной деятельности по этапам:

- выбор вида, формы и условий сделки;

- технико-экономическое обоснование характера сделки и ее особенностей;

- оформление сделки;

- пример в виде копий документов, согласно которым оформляется сделка и заключается контракт.

10 Порядок и условия расчета с поставщиками. Особенности оплаты с различными поставщиками в современных условиях и обоснование выбора формы расчета (после заключения контракта, по получении, по отгрузке, предоплата полная или частичная, по реализации, поэтапная, бартер, взаимозачеты и т.п.).

11 Классификация и характеристика покупателей, их выбор, интересы, потребительские предпочтения на долгосрочный и краткосрочный периоды, порядок, методы и условия организации работы с ними.

12 Порядок оформления коммерческих взаимоотношений с клиентами и определение экономической эффективности следующих операций: юридическое оформление сделок, порядок и формы расчета, порядок и условия отгрузки, страхование материальных ценностей.

13 Дать характеристику методов стимулирования сбыта товаров, используемых предприятием.

- 14 Дать экономическую и маркетинговую оценку сбытовой деятельности предприятия.
- 15 Оценка уровня эффективности рекламной деятельности фирмы.
- 16 Методы, этапы формирования имиджа фирмы и достигнутые результаты.
- 17 Порядок учета и контроля договорных отношений с клиентами (поставщиками и покупателями).
- 18 Претензионная работа в фирме.
- 19 Структура издержек фирмы (условно-постоянные и условно-переменные), по годовым балансам проанализировать структуру и динамику экономических показателей, дохода, прибыли и рентабельности.

3 На предприятии, оказывающем услуги (информационные, консультационные, туристические, рекламные, сервисные и т.п.)

- 1 Статус предприятия, его правовая основа, история создания и основные этапы развития.
- 2 Форма собственности, устав предприятия, специфические условия и особенности функционирования.
- 3 Специфические особенности организации коммерческой деятельности.
- 4 Уровень состояния текущего и перспективного планирования деятельности предприятия.
- 5 Порядок формирования основных и оборотных средств, обеспечивающих деятельность предприятия.
- 6 Методы распределения дохода и прибыли.
- 7 Ассортимент оказываемых товарных услуг, их анализ и классификация, количественная и качественная характеристики, отличия от аналогичных услуг конкурентов.
- 8 Обоснование выбора ассортимента товарных услуг, перспективы развития ассортимента.
- 9 Расчет экономической эффективности оказываемых товарных услуг.
- 10 Характеристика и анализ рынка услуг, оказываемых фирмой, ее место на этом рынке.
- 11 Анализ предприятий, конкурентов по спектру оказываемых услуг, по степени завоевания доли рынка.
- 12 Анализ состояния рекламной деятельности фирмы и ее конкурентов, эффективность рекламы.
- 13 Эффективность методов, выбранных фирмой, для формирования своего имиджа.
- 14 Перспективные направления развития коммерческой деятельности предприятия.
- 15 Обоснованное прогнозирование ожидаемых результатов в будущих периодах.

4 На производственных предприятиях (в отделе сбыта, реализации, торговли, маркетинга, рекламы, планово-экономическом, внешнеэкономическом, коммерческом, расчетно-учетном и т.п.)

- 1 Географическая дислокация предприятия, близость транспортных магистралей, степень использования преимуществ месторасположения.
- 2 Уровень развития коммуникационных связей, в том числе и международных.
- 3 Ассортимент, объемы в натуральном и денежном выражении, качество выпускаемой товарной продукции.
- 4 Анализ систем качества, используемых на предприятии при производстве продукции.
- 5 Конкурентоспособность на рынке данного вида товарной продукции, выпускаемой предприятием.
- 6 Анализ отечественных и зарубежных конкурентов, выпускающих аналогичную товарную продукцию (ассортимент товаров, их качество, специализация конкурента, его слабые и сильные стороны, цена товаров, наличие этих товаров на рынке и степень его заполнения ими).
- 7 Организационная структура сбытового, снабженческого, торгового, маркетингового, рекламного, коммерческого, внешнеэкономического, расчетно-учетного и т.п. аппарата, отдела, службы.
- 8 Уровень оснащения современной оргтехникой (количество и модели ПК, копировальных аппаратов, принтеров, факсов, электронной почты и т.д.), обеспечения программными продуктами.
- 9 Наличие и состояние автоматизированных рабочих мест, локальных и других сетей, связи с ИНТЕРНЕТ.
- 10 Анализ порядка и методики разработки программы сбыта, реализации, торговли, обмена, продвижения товара на рынке Дальневосточного региона, маркетинговых исследований, рекламной деятельности и т.п.
- 11 Характеристика покупателей, клиентов, их классификация. Порядок и особенности работы с ними.
- 12 Определение перспектив предприятия по расширению рынков сбыта за счет увеличения объемов производства при экономии на постоянных издержках и стимулирования сбыта.
- 13 Организация рекламной деятельности на предприятии, ее характеристика, виды, каналы распространения, особенности и порядок разработки бюджета на рекламные мероприятия.

14 Организация маркетинговых исследований на предприятии, особенности и порядок разработки бюджета на них.

15 Изучение коммерческой деятельности предприятия по следующим направлениям:

- преддоговорная работа (составление рекламных бюллетеней, каталогов, буклетов, прайс-листов, составление коммерческих писем, контрактов, оферты, работа на презентациях, выставках, ярмарках с потенциальными клиентами, на аукционах, в средствах массовой информации и т.п.);
- виды сделок с клиентами и их анализ;
- порядок заключения контрактов (договоров) с приложением в отчет копий документов;
- порядок и виды расчетов;
- порядок отгрузки (поставки) готовой продукции покупателям и обоснование ее эффективности;
- порядок хранения и организация сохранности товарной продукции;
- претензионная работа отдела сбыта, реализации, торговли, ее эффективность.

5 В страховых компаниях

1 Характеристика страховой компании, ее деятельность, дислокация, основные функции, цели и задачи.

2 Основные виды страхования, используемые фирмой, место, занимаемое на рынке страховых услуг.

3 Устав страховой компании, структура организации и управления, штатный состав.

4 Порядок формирования уставного фонда и резервных фондов страховой фирмы.

5 Классификация, характеристика и экономическое обоснование выбора специализации основных видов страхования. Формирование страхового портфеля.

6 Динамика договоров, страховых поступлений, страховых выплат, страховых премий за период существования фирмы или за последние три-пять лет.

7 Классификация и характеристика клиентов фирмы в долгосрочном и краткосрочном периодах.

8 Аквизиционная деятельность на предприятии страховщика и его посредников.

9 Состояние, перспективный уровень и экономическая эффективность маркетинговых исследований страховой деятельности в фирме.

10 Состояние, перспективный уровень развития и экономическая эффективность рекламной деятельности страховой компании.

11 Анализ построения страховых платежей, выплат и финансовых результатов страховых операций.

12 Оценка степени риска и анализ финансовой устойчивости страхования.

13 Предупредительные мероприятия по предотвращению потерь, их классификация, источники финансирования, планирование на долгосрочный и краткосрочный периоды, контроль за использованием средств.

14 Финансовый механизм управления оборотными средствами в страховой компании.

15 Управление капиталом, вложенным в основные средства страховой организации.

16 Финансовые результаты страховой организации и их динамика.

17 Порядок ведения расчетов в страховой организации, эффективность управления.

18 Страхование внешнеэкономической деятельности, порядок и виды.

19 Страхование граждан иностранных государств, находящихся на территории России.

20 Перспективная инвестиционная и кредитная программа страховой фирмы.

21 Практика проведения страхования по видам.

6 В бирже

1 Характеристика деятельности биржи, ее месторасположение и коммуникационные связи.

2 Основные функции, выполняемые биржей. Цели, задачи и перспективы развития.

3 Устав биржи.

4 Организационно-управленческая структура биржи, ее особенности.

5 Порядок и этапы формирования уставного фонда биржи, возможности его изменения.

6 Анализ и характеристика основных операций, выполняемых биржей.

7 Виды ценных бумаг, их характеристика, особенности работы с государственными ценными бумагами.

8 Ценные бумаги, участвующие в деятельности биржи, их характеристика и перспективы использования, в том числе и государственных ценных бумаг.

9 Перспективная инвестиционная программа биржи, прогнозирование ожидаемых результатов.

6 ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА (5 курс)

Преддипломная практика организуется в сроки, соответствующие графику учебного процесса, и является завершающим этапом практической работы студента в период обучения. Студенты проходят эту практику перед написанием дипломной работы. Продолжительность практики составляет четыре недели.

Конечной целью преддипломной практики является сбор и аналитическая обработка материала для написания дипломной работы по установленной теме.

За период прохождения практики студент должен закрепить знания по специальным дисциплинам, полученные в процессе обучения, получить навыки практического их применения.

Базой практики могут быть фирмы различных форм собственности, функционирующие в различных сферах бизнеса. Местом прохождения преддипломной практики является предприятие (учреждение, организация), компания или фирма, экономическая информация о которой должна стать базой для написания дипломной работы.

Структура предмета и отчета практики

По окончании практики студент представляет руководителям практики отчет, выполненный в соответствии с программой практики и оформленный по правилам ЕСКД.

Программа прохождения преддипломной практики устанавливается каждому студенту индивидуально руководителем дипломной работы и зависит от двух факторов:

- темы дипломного проекта;
- места прохождения практики, являющегося объектом проектирования или сбора необходимого материала.

Студент, завершивший преддипломную практику, должен изучить и представить в отчете сведения о предприятии (учреждении, организации), фирме, компании в следующей последовательности:

- 1 Общие сведения о предприятии (учреждении, организации), фирме, компании:
 - историческая справка: когда создано данное предприятие, является ли вновь образованным или организовано на базе ранее существующего, дата регистрации (перерегистрации), юридический адрес.
- 2 Основные положения учредительных документов:
 - состав учредителей;
 - цели создания;
 - уставная деятельность;
 - уставный капитал;
 - вклады учредителей;
 - управление предприятием;
 - образуемые фонды;
 - распределение доходов.
- 3 Управление производственными, технологическими процессами на предприятиях (организации):
 - месторасположение производственных, складских и торговых помещений; описание производственных площадей, их технико-технологические параметры, соответствие СНИПам и другим санитарно-гигиеническим нормам;
 - производственная структура предприятия (организации), функциональные характеристики подразделений, их специализация, способы движения предметов труда;
 - основные фонды (средства), наличие, движение и состав основных фондов;
 - среднегодовая стоимость основных фондов;

- амортизация и затраты на капитальный ремонт основных фондов;
 - движение и использование амортизационных фондов;
 - наличие других нефинансовых активов;
 - показатели использования основных фондов и оборудования.
- 4 Продукция, работы, услуги:
- номенклатура и ассортимент выпускаемой продукции, описание видов выполняемых работ и оказываемых услуг;
 - объемы производства продукции в натуральном и стоимостном выражении продукции (работ, услуг) за рассматриваемый отрезок времени;
 - основные характеристики применяемых технологических процессов.
- 5 Управление маркетингом:
- состав потребителей (покупателей, клиентов), их характеристики;
 - описание рынка товаров, работ и услуг, на который работает предприятие (организация);
 - наличие конкурентов, их характеристики;
 - организация рекламной деятельности;
 - формы продаж, оказание сопутствующих услуг;
 - организация работы по продвижению на рынок товаров, работ и услуг, стимулирование сбыта продукции (работ, услуг).
- 6 Внешняя среда предприятия (организации):
- поставщики материалов, товаров, оборудования,
 - организации хозяйственного обслуживания,
 - взаимодействие с государственными организациями, банками, органами местного управления.
- 7 Управление предприятием (организацией):
- структура управления;
 - состав работающих по категориям, их характеристики;
 - организация оплаты труда, фонд оплаты труда, средняя заработная плата работающих.
- 8 Финансовое управление:
- расчеты за товары и услуги, выручка от реализации товаров, работ, услуг;
 - цены и ценообразование;
 - внереализационные фонды;
 - издержки производства и обращения, состав затрат, управление текущими затратами: контроль за исполнением смет, анализ структуры и динамики затрат;
 - управление оборотными средствами, оценка эффективности использования оборотных средств;
 - внереализационные расходы, налоги, которые платит предприятие;
 - дебиторская и кредиторская задолженности;
 - заемный капитал, долгосрочные инвестиции;
 - формирование финансовых результатов, состав доходов и расходов, прибыльность, ликвидность, финансовая стратегия предприятия.
- Состав вышеизложенной информации должен быть представлен в виде аналитической записки с использованием методов анализа хозяйственной деятельности.
- Перечень вопросов для включения в отчет по преддипломной практике может быть уточнен с руководителем дипломной работы.
- В заключении отчета должны быть сделаны общие выводы о работе предприятия (организации) и на их основе предложения на устранение выявленных недостатков или направления стратегического развития предприятия (организации).
- Информация, представленная в отчете по преддипломной практике, является основой написания аналитической части пояснительной записки дипломной работы.

друга, поэтому обычно строят аналитические таблицы, характеризующие как структуру отчетной формы, так и динамику отдельных ее показателей. Макет таблицы для проведения горизонтального и вертикального анализа баланса приведен в табл. 1.

Вертикальный и горизонтальный анализ можно провести непосредственно по балансу без предварительного изменения состава статей или сначала построить уплотненный аналитический баланс, т.е. провести его свертку (уплотнение). Свертка баланса производится объединением группы однородных по составу статей, тем самым резко уменьшается количество статей и увеличивается наглядность баланса. Уплотнение баланса можно проводить различными способами, допустимо даже объединение статей различных разделов. Проводя свертку, необходимо руководствоваться здравым смыслом и логикой последующего анализа.

Таблица 1

Вертикальный и горизонтальный анализ баланса

Показатель	На начало периода		На конец периода		Абс. изменение, тыс. р.	Темп роста, %	Изменение в структуре, %
	тыс. р.	% к итогу	тыс. р.	% к итогу			
1	2	3	4	5	6	7	8

2 ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

2.1 Оценка ликвидности и платежеспособности

В отечественной практике оценку ликвидности осуществляют с использованием системы абсолютных и относительных показателей.

Используют следующие относительные показатели ликвидности:

1 Коэффициент текущей ликвидности. Дает общую оценку ликвидности активов, показывая, сколько рублей текущих активов предприятия приходится на один рубль текущих обязательств. Значение показателя может варьироваться по отраслям и видам деятельности, а его рост в динамике обычно рассматривается как благоприятная тенденция. Но считается, что критическое нижнее значение показателя – 2.

$$КТЛ = \frac{\text{оборотные активы}}{\text{краткосрочные пассивы}} = \frac{\text{стр. 290}}{\text{стр. 300}}$$

2 Коэффициент быстрой ликвидности. По смысловому назначению данный показатель аналогичен коэффициенту текущей ликвидности; однако исчисляется по более узкому кругу текущих активов, когда из расчета исключена наименее ликвидная их часть – производственные запасы. Принято, что значение КБЛ должно быть больше 0,8 – 1,0.

$$КБЛ = \frac{\text{оборотные активы} - \text{запасы}}{\text{краткосрочные пассивы}} = \frac{\text{стр. 290} - \text{стр. 210} - \text{стр. 220}}{\text{стр. 300}}$$

3 Коэффициент абсолютной ликвидности является наиболее жестким критерием ликвидности предприятия, показывая, какая часть краткосрочных заемных обязательств может быть при необходимости погашена немедленно. Рекомендательная нижняя граница показателя – 0,2.

$$КАЛ = \frac{\text{денежные средства}}{\text{краткосрочные пассивы}} = \frac{\text{стр. 260}}{\text{стр. 300}}$$

Рассмотрим оценку ликвидности с использованием абсолютных показателей (оценку ликвидности баланса). Оценка ликвидности баланса осуществляется сравнением средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности и расположенных в порядке ее убывания, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения и расположенными в порядке возрастания сроков.

В зависимости от степени ликвидности, т.е. скорости превращения в денежные средства, активы предприятия делятся на следующие группы:

1) наиболее ликвидные активы А1 – все статьи денежных средств предприятия и краткосрочных финансовых вложений (стр. 260 + стр. 251 + стр. 253);

2) быстро реализуемые активы А2 – это активы, для обращения которых в денежные средства требуется определенное время, т.е. это дебиторская задолженность (до 12 месяцев) и прочие оборотные активы (стр. 240 – стр. 244 + стр. 270);

3) медленно реализуемые активы А3 – это наименее ликвидные активы (стр. 210 + стр. 220 – стр. 217): запасы сырья, материалов и МБП; готовой продукции и незавершенного производства; НДС по приобретенным товарам; дебиторская задолженность (свыше 12 месяцев);

4) трудно реализуемые активы А4 – это активы, предназначенные для использования в хозяйственной деятельности в течение относительно длительного периода времени, т.е. это основные средства и другие внеоборотные активы (стр. 190 + стр. 230).

Пассив баланса группируется по степени срочности их оплаты:

1) наиболее срочные обязательства П1 включают: кредиторскую задолженность; расчеты по дивидендам; прочие краткосрочные пассивы. Это VI раздел баланса (стр. 690 – стр. 610 – – стр. 640 – стр. 650 – стр. 660);

2) краткосрочные пассивы П2 – это краткосрочные кредиты и займы (раздел VI баланса) (стр. 610);

3) долгосрочные пассивы П3 – это долгосрочные кредиты и займы (раздел V баланса) (стр. 590);

4) постоянные пассивы П4 – это раздел IV баланса, а также доходы будущих периодов, фонд потребления, резервы предстоящих расходов и платежей (стр. 490 – стр. 244 – стр. 252 – – стр. 217 + стр. 640 + стр. 650 + стр. 660).

Для определения ликвидности баланса следует сопоставить итоги по каждой из приведенных групп актива и пассива. Баланс считается абсолютно ликвидным, если выполняются следующие условия:

1 $A1 \geq П1$;

2 $A2 \geq П2$;

3 $A3 \geq П3$;

4 $A4 \leq П4$.

Выполнение первых трех условий неизбежно влечет выполнение и четвертого условия, поэтому практически существенным является сопоставление итогов первых трех групп по активу и по пассиву. Четвертое неравенство носит балансирующий характер и его выполнение свидетельствует о соблюдении минимальных условий финансовой устойчивости.

Невыполнение какого-либо из первых трех условий свидетельствует о том, что ликвидность баланса отличается от абсолютной. При этом недостаток средств по одной группе компенсируется их избытком по другой группе, хотя компенсация может быть лишь по стоимостной величине, так как в реальной платежной ситуации менее ликвидные активы не могут заменить более ликвидные.

Анализ ликвидности баланса по описанной выше методике целесообразно проводить, используя табл. 2.

2.2 Оценка финансовой устойчивости

Финансовая устойчивость – это комплексное понятие, которое характеризует такое состояние финансовых ресурсов предприятия, их распределение и использование, которое обеспечивает его развитие на основе роста прибыли и капитала при сохранении платежеспособности и кредитоспособности в условиях допустимого уровня риска. Оценка устойчивости финансового положения предприятия на ту или иную дату позволяет ответить на вопрос, насколько правильно предприятие управляло финансовыми ресурсами в течение года. Показатели, характеризующие финансовую устойчивость, можно разделить на абсолютные и относительные.

Анализ относительных финансовых коэффициентов заключается в сравнении их значений с нормативными величинами, а также в изучении их динамики за ряд периодов или в сравнении со среднеотраслевыми значениями и с показателями наиболее перспективных предприятий. Рассмотрим основные коэффициенты, используемые в настоящее время для оценки финансовой устойчивости.

1 Коэффициент автономии (коэффициент финансовой независимости). Показывает долю собственных средств в общей сумме всех средств предприятия. Чем выше значение этого коэффициента, тем более финансово устойчива, стабильна и независима коммерческая организация ($\min K_A = 0,5$).

$$K_A = \frac{U^C}{B} = \frac{\text{стр. 490}}{\text{стр. 300}},$$

где U^C – собственные средства; B – итог баланса.

2 Коэффициент концентрации заемного капитала

$$K_{\text{КЗК}} = \frac{K^T + K^t + r^P}{B} = \frac{\text{стр. 590} + \text{стр. 690}}{\text{стр. 300}},$$

где K^T – долгосрочные пассивы; K^t – краткосрочные кредиты и займы; r^P – кредиторская задолженность.

Этим двум коэффициентам должно удовлетворять условие: $K_A + K_{\text{КЗК}} = 1$.

3 Коэффициент маневренности собственного капитала:

$$K_M = \frac{U^C + K^T - F}{U^C + K^T} = \frac{\text{стр. 490} + \text{стр. 590} - \text{стр. 190}}{\text{стр. 490} + \text{стр. 590}},$$

где F – внеоборотные активы.

Показывает, какая часть собственных и долгосрочных средств используется для финансирования текущей деятельности, т.е. вложена в оборотные средства, а какая часть капитализирована. Чем больше коэффициент маневренности, тем большую часть занимают оборотные средства в собственных и долгосрочных источниках формирования.

4 Коэффициент мобильности всех средств предприятия:

$$K_{\text{МС}} = \frac{Z + r^a + d}{B} = \frac{R^a}{B} = \frac{\text{стр. 290}}{\text{стр. 300}},$$

где Z – запасы и затраты; r^a – дебиторская задолженность; d – денежные средства и краткосрочные финансовые вложения; R^a – оборотные активы (мобильные средства).

Данный показатель характеризует долю средств, которые могут быть использованы для погашения долгов. Чем больше данный коэффициент, тем больше у предприятия возможностей обеспечивать бесперебойную работу и рассчитываться с кредиторами.

5 Коэффициент мобильности оборотных средств:

$$K_{\text{Мо}} = \frac{d}{Z + r^a + d} = \frac{d}{R^a} = \frac{\text{стр. 260} + \text{стр. 250}}{\text{стр. 290}}.$$

Данный показатель показывает долю абсолютно готовых к платежу средств в общей сумме средств, направляемых на погашение долгов.

6 Коэффициент долгосрочного привлечения долгосрочных средств

$$K_{\text{д}} = \frac{K^T}{U^C + K^T} = \frac{\text{стр. 590}}{\text{стр. 490} + \text{стр. 590}}.$$

Данный показатель позволяет оценить долю заемных средств при финансировании капитальных вложений. Рост данного показателя в динамике означает, что организация все сильнее зависит от внешних инвесторов, что является негативной тенденцией.

7 Коэффициент краткосрочной задолженности показывает долю краткосрочных обязательств предприятия в общей сумме внешних обязательств:

$$K_{\text{к}} = \frac{K^t + r^p}{K^T + K^t + r^p} = \frac{\text{стр. 690}}{\text{стр. 590} + \text{стр. 690}}.$$

8 Коэффициент автономии источников формирования запасов и затрат показывает долю собственных оборотных средств в общей сумме основных источников средств для формирования запасов и затрат:

$$\begin{aligned} K_{\text{аз}} &= \frac{E^C}{K^T + K^t + E^C} = \frac{U^C - F}{(U^C - F) + K^T + K^t} = \\ &= \frac{\text{стр. 490} - \text{стр. 190}}{\text{стр. 490} - \text{стр. 190} + \text{стр. 590} + \text{стр. 610}}. \end{aligned}$$

9 Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными источниками их формирования.

$$K_{\text{о}} = \frac{U^C - F}{Z} = \frac{\text{стр. 490} - \text{стр. 190}}{\text{стр. 210}},$$

где Z – запасы и затраты.

10 Коэффициент обеспеченности запасов и затрат собственными и долгосрочными источниками их формирования.

$$K_{\text{о}} = \frac{U^C + K^T - F}{Z} = \frac{\text{стр. 490} + \text{стр. 590} - \text{стр. 190}}{\text{стр. 210}}.$$

Абсолютными показателями финансовой устойчивости являются показатели, характеризующие степень обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования.

Для характеристики источников формирования запасов и затрат используются следующие показатели, отражающие различную степень охвата разных видов источников:

1 Наличие собственных оборотных средств.

$$E^C = U^C - F,$$

где U^C – собственные средства; F – внеоборотные активы.

Увеличение собственных оборотных средств по сравнению с предыдущим периодом свидетельствует о дальнейшем развитии деятельности предприятия.

2 Наличие собственных и долгосрочных источников средств в формировании запасов и затрат.

$$E^T = (U^C + K^T) - F,$$

где U^C – собственные средства; F – внеоборотные активы; K^T – долгосрочные пассивы.

3 Общая величина основных источников средств для формирования запасов и затрат.

$$E^{\Sigma} = (U^C + K^T + K^t) - F,$$

где U^C – собственные средства; F – внеоборотные активы; K^T – долгосрочные пассивы; K^t – краткосрочные кредиты и займы.

Трем показателям наличия источников средств в формировании запасов и затрат соответствуют 3 показателя обеспеченности запасов источниками их формирования.

1 Излишек (+) или недостаток (–) собственных оборотных средств

$$\pm E^C = E^C - Z.$$

2 Излишек (+) или недостаток (–) собственных и долгосрочных источников средств формирования запасов

$$\pm E^T = E^T - Z.$$

3 Излишек (+) или недостаток (-) общей величины средств для формирования запасов и затрат

$$\pm E^{\Sigma} = E^{\Sigma} - Z.$$

где Z – запасы и затраты.

Вычисление трех показателей обеспеченности запасов и затрат источниками средств для их формирования позволяет классифицировать финансовые ситуации по степени их устойчивости.

При определении типа финансовой ситуации используется трехкомпонентный показатель

$$\bar{S} = \{S_1(\pm E^C); S_2(\pm E^T); S_3(\pm E^{\Sigma})\},$$

где функция $S(x)$ определяется следующим образом

$$S(x) = \begin{cases} 1, & \text{если } x \geq 0; \\ 0, & \text{если } x < 0. \end{cases}$$

Пользуясь этими формулами можно выделить 4 типа финансовых ситуаций:

1 Абсолютная устойчивость финансового состояния – когда все запасы и затраты покрываются за счет собственных оборотных средств:

$$S = (1, 1, 1);$$

$$\pm E^C \geq 0;$$

$$\pm E^T \geq 0;$$

$$\pm E^{\Sigma} \geq 0.$$

2 **Нормальная устойчивость финансового состояния предприятия, гарантирующая его платежеспособность – когда все запасы и затраты обеспечиваются за счет собственных оборотных средств и долгосрочных кредитов и займов:**

$$S = (0, 1, 1);$$

$$\pm E^C < 0;$$

$$\pm E^T \geq 0;$$

$$\pm E^{\Sigma} \geq 0.$$

3 Неустойчивое финансовое состояние, сопряженное с нарушением платежеспособности, но при этом сохраняется возможность восстановления равновесия путем пополнения источников собственных средств:

$$S = (0, 0, 1);$$

$$\pm E^C < 0;$$

$$\pm E^T < 0;$$

$$\pm E^{\Sigma} \geq 0.$$

4 Кризисное финансовое состояние, при котором предприятие находится на грани банкротства, так как денежные средства предприятия, краткосрочные ценные бумаги и дебиторская задолженность не покрывают даже его кредиторской задолженности и краткосрочных ссуд.

$$S = (0, 0, 0);$$

$$\pm E^C < 0;$$

$$\pm E^T < 0;$$

$$\pm E^{\Sigma} < 0.$$

Анализ обеспеченности запасов и затрат источниками их формирования (анализ абсолютных показателей финансовой устойчивости) по описанной выше методике целесообразно проводить, используя табл. 3.

Таблица 3

Анализ финансовой устойчивости

№	Показатели	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода	Изменение за период
1	Источники собственных средств			
2	Внеоборотные активы			
3	Наличие собственных оборотных средств (стр. 1 – стр. 2)			
4	Долгосрочные кредиты и заемные средства			

5	Наличие собственных и долгосрочных источников для формирования запасов и затрат (стр. 3 + стр. 4)			
6	Краткосрочные кредиты и заемные средства			

Продолжение табл. 3

№	Показатели	На начало отчетного периода	На конец отчетного периода	Изменение за период
7	Общая величина основных источников для формирования запасов и затрат (стр. 5 + стр. 6)			
8	Общая величина запасов и затрат			
9	Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных средств (стр. 3 – стр. 8)			
10	Излишек (+), недостаток (-) собственных оборотных и долгосрочных заемных средств для формирования запасов и затрат (стр. 5 – стр. 8)			
11	Излишек (+), недостаток (-) общей величины основных источников средств для формирования запасов и затрат (стр. 7 – стр. 8)			
12	Трехкомпонентный показатель типа финансовой устойчивости			

3 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

3.1 Анализ динамики и состава прибыли

Прибыль – это конечный результат деятельности предприятия, характеризующий абсолютную эффективность его работы. Следует различать следующие показатели прибыли:

1 Прибыль (убыток) от продаж (реализации) $\Pi(Y)_p$ определяется как разность между выручкой и себестоимостью, коммерческими и управленческими расходами.

2 Прибыль (убыток) отчетного года до налогообложения $\Pi(Y)$:

$$\Pi(Y) = \Pi(Y)_p \pm \%_{п/у} \pm \text{ПОД}(P) \pm \Pi(Y)_{во},$$

где $\%_{п/у}$ – процент к получению или уплате; $\text{ПОД}(P)$ – прочие операционные доходы (расходы); $\Pi(Y)_{во}$ – прибыль (убыток) от внереализационных операций

3 Прибыль (убыток) от обычной деятельности (после налогообложения) $\Pi(Y)_{обыч.}$

4 Чистая (нераспределенная) прибыль отчетного года:

$$\text{ЧП} = \Pi(Y)_{обыч.} \pm \text{сальдо по чрезвычайным расходам/доходам.}$$

Анализ прибыли начинается с исследования ее динамики, как по общей сумме, так и в разрезе составляющих ее элементов, т.е. проводят горизонтальный анализ, затем проводят вертикальный анализ, который выявляет структурные изменения в составе прибыли.

Оценку уровня и динамики прибыли можно проводить согласно табл. 4.

3.2 Оценка показателей рентабельности

Результативность функционирования предприятия оценивается не только абсолютными, но и относительными показателями. Относительными показателями являются показатели рентабельности. Общий смысл всех этих показателей определяется суммой прибыли с одного рубля вложенного капитала. Рассмотрим показатели рентабельности.

Таблица 4

Анализ динамики и состава прибыли

№	Наименование показателя	Базисный период		Отчетный период		Отклонение отчетного периода от базисного		
		тыс. р.	% к итогу	тыс. р.	% к итогу	тыс. р.	%	по стр-ре, %
1	Прибыль (убыток) от продаж (реализации)							
2	Сальдо процентов к получению (уплате)							
3	Доходы от участия в других организациях							
4	Сальдо прочих операционных доходов (расходов)							
5	Сальдо доходов (расходов) от внереализационных операций							
6	Прибыль (убыток) отчетного года до налогообложения							
7	Налог на прибыль и иные аналогичные обязательные платежи							
8	Прибыль (убыток) от обычной деятельности							
9	Сальдо чрезвычайных доходов (расходов)							
10	Чистая (нераспределенная) прибыль отчетного года							

1 Рентабельность продукции (рентабельность продаж):

$$\text{Рентабельность продукции} = \frac{\text{прибыль от реализации}}{\text{выручка от реализации}} = \frac{\text{стр. 050}}{\text{стр. 010}} = \frac{P_p}{Q} = \frac{Q - C}{Q}$$

Рентабельность реализованной продукции показывает, сколько получено прибыли на 1 рубль реализованной продукции.

Также рентабельность продукции может рассчитываться как отношение прибыли от реализации к себестоимости (рентабельность основной деятельности). Данный показатель характеризует уровень прибыли на 1 рубль затраченных средств:

$$R = \frac{\Pi}{C} = \frac{Q - C}{C}$$

2 Рентабельность производственных фондов:

$$R_{\text{ПФ}} = \frac{\Pi}{\overline{\text{ОПФ}} + \overline{\text{ОбС}}}$$

где Π – чистая (балансовая) прибыль отчетного года; $\overline{\text{ОПФ}}$ – средняя стоимость основных производственных фондов; $\overline{\text{ОбС}}$ – средняя стоимость материальных оборотных средств.

3 Показатели рентабельности вложений:

- *рентабельность совокупного капитала* (рентабельность вложений всех средств):

$$\begin{aligned} & \text{рентабельность совокупного капитала} = \\ & = \frac{\text{чистая (балансовая) прибыль или прибыль от реализации и}}{\text{итог среднего баланса}}; \end{aligned}$$

- *рентабельность собственного капитала* (собственных вложений):

$$\begin{aligned} & \text{рентабельность совокупного капитала} = \\ & = \frac{\text{чистая прибыль}}{\text{средняя величина собственного капитала}}. \end{aligned}$$

3.3 Оценка деловой активности

Показатели деловой активности характеризуют результаты и эффективность основной деятельности. Оценка деловой активности на качественном уровне может быть получена в результате сравнения деятельности данного предприятия и родственных по сфере приложения капитала предприятий. Количественная оценка делается по двум направлениям: во-первых, оценка степени выполнения плана по основным показателям, обеспечение заданных темпов их роста; во-вторых, оценка уровня эффективности использования ресурсов предприятия.

Для реализации первого направления оценки деловой активности целесообразно также учитывать сравнительную динамику основных показателей. В частности, оптимально следующее их соотношение: $T_{\text{пб}} > T_{\text{р}} > T_{\text{ак}} > 100\%$, где $T_{\text{пб}}$, $T_{\text{р}}$, $T_{\text{ак}}$ – соответственно темп изменения прибыли, реализации, авансированного капитала.

Для реализации второго направления могут быть рассчитаны различные показатели, характеризующие эффективность использования материальных, трудовых и финансовых ресурсов. Основные из них – фондоотдача, оборачиваемость производственных запасов, оборачиваемость авансированного капитала и др. Рассмотрим некоторые из показателей деловой активности.

Фондоотдача показывает, сколько основных фондов приходится на 1 рубль выручки:

$$\begin{aligned} f_{\text{от}} &= \frac{Q_{\text{р}}}{\overline{\text{ОФ}}} = \frac{\text{выручка от реализации и}}{\text{средняя стоимость основных средств}} = \\ &= \frac{\text{стр. 010 (ф. № 2)}}{\text{стр. 120 (ф. № 1)}}. \end{aligned}$$

Фондоемкость: $f_{\text{ем}} = \frac{\overline{\text{ОФ}}}{Q_{\text{р}}} = \frac{1}{f_{\text{от}}}$.

Фондовооруженность:

$$f_{\text{воор}} = \frac{\overline{\text{ОС}}}{\overline{\text{ССЧ}}} = \frac{\text{средняя стоимость основных средств}}{\text{среднесписочная численность работающих}}$$

Производительность труда:

$$\text{ПТ} = \frac{Q_{\text{р}}}{\overline{\text{ССЧ}}} = \frac{\text{выручка от реализации и}}{\text{среднесписочная численность}}$$

Оборачиваемость оборотных средств характеризуется следующими показателями.

$$\begin{aligned} \text{Оборачиваемость средств} &= \frac{\text{выручка от реализации и}}{\text{дебиторская задолженность}} \\ \text{в расчетах (в оборотах)} & \end{aligned}$$

$$\text{Оборачиваемость средств в расчетах (в днях)} =$$

$$= \frac{360 \text{ дней}}{\text{оборотчиваемость средств в расчетах (в оборотах)}}$$

$$\text{Оборачиваемость запасов (в оборотах)} = \frac{\text{себестоимость реализации и}}{\text{средние запасы}}$$

$$\begin{aligned} \text{Оборачиваемость запасов (в днях)} &= \\ &= \frac{360 \text{ дней}}{\text{оборотчиваемость запасов (в оборотах)}} \end{aligned}$$

Ресурсоотдача (коэффициент оборачиваемости авансированного капитала) характеризует объем реализованной продукции, приходящейся на рубль средств, вложенных в деятельность предприятия. Рост показателя в динамике рассматривается как благоприятная тенденция.

$$\begin{aligned} \text{Оборачиваемость собственного капитала} &= \\ &= \frac{\text{выручка от реализации и}}{\text{средняя величина собственного капитала}} \end{aligned}$$

$$\text{Оборачиваемость совокупного капитала} = \frac{\text{выручка от реализации и}}{\text{итог среднего баланса}}$$

Таблица 1

Содержание ознакомительной практики

№ п/п	Вид деятельности	Цель выполнения	Способ выполнения	Содержание контроля
1	Знакомство с организационной структурой	Формирование понимания структуры предприятия	Экскурсия по структурным подразделениям предприятия	<p>1 Составить схему управления данным предприятием</p> <p>2 Описать функции экономических служб и их взаимосвязь</p> <p>3 Описать производственные структуры предприятия, используя форму 1</p>
2	Знакомство с производственным (товарно-технологическим) процессом	Формирование понимания процесса изготовления конкретного изделия основного и вспомогательного производства (процесса продажи товара)	<p>1 Знакомство с технологией производства; выполнением транспортных и контрольных операций; комплектацией</p> <p>2 Проведение фотографии рабочего дня</p> <p>3 Интервьюирование</p>	<p>1 Описать технологию производства (продажи) данного изделия, используя форму 2</p> <p>2 Определите производительность труда по выработке продукции в единицу времени; затратам времени на изготовления единицы продукции (задание 1, 2)</p>

Таблица 2

Форма 1 Описание производственных структур предприятия

№ п/п	Наименование структурных подразделений	Функции, выполняемые данным подразделением	Категории работающих	Форма оплаты
1	2	3	4	5

Форма 2 Описание технологии производства продукции

№ п/п	Вид изделия	Составляющие компоненты			Формы хранения	Последовательность технологической обработки				
		Сырье и материалы	Норма расхода на единицу продукции	Фактический расход на единицу продукции		Предварительная обработка	Отделка	Сборка	Упаковка	Хранение
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

Продолжение табл. 1

№ п/п	Вид деятельности	Цель выполнения	Способ выполнения	Содержание контроля
3	Знакомство со структурами производственных подразделений	Дать понятие о: цеховой себестоимости; материалоемкости; трудоемкости; фондоемкости; энергоемкости	Сбор первичной информации по форме 4, ее обобщение и группировка продукции	Рассчитать основные показатели цеховой себестоимости, определить к какому виду производства относится данное предприятие. Произвести расчет эффективности использования ресурса, преобладающего в структуре себестоимости продукции, выполнить задание 3
4	Изучение маркетинговой среды производства	Формирование умений и навыков анализа производственных структур и его особенностей. Формирование общих представлений о маркетинговой среде производства	Изучение: <ul style="list-style-type: none"> поставщиков; маркетинговых посредников; потребителей продукции. Сбор маркетинговой информации	Описать маркетинговую среду производства по форме 4, выполнить задание 4

Таблица 4

Форма 3 Расчет производительности труда

№ п/п	Наименование продукции	Объем продукции				Объем работ				Затраты труда на 1 тыс. р. продукции (нормо-ч)
		В натуральных показателях		В тыс. р.		Выполненный (нормо-ч)		Фактические затраты времени		
		Базисный период	Отчетный период	Базисный период	Отчетный период	Базисный период	Отчетный период	Базисный период	Отчетный период	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

Таблица 5

Форма 4 Характеристика видов продукции, производимой предприятием

№	Вид	Элементы затрат	Удельный	Статьи затрат	Удельный
---	-----	-----------------	----------	---------------	----------

п/п	продукции	Наименование элементов затрат	План	Факт	вес	Наименование элементов затрат	План	Факт	вес
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Таблица 6

Форма 5 Поставщики и потребители продукции предприятия

№ п/п	Поставщики			Потребители		
	Перечень	Каналы распределения	Маркетинговый посредник	Перечень	Каналы распределения	Маркетинговый посредник
1	2	3	4	5	6	7

Задание № 2

Определите степень выполнения действующих норм выработки по видам изделий и сделайте выводы.

№ п/п	Вид изделия	Базисный период		Отчетный период		Трудоемкость			Производительность труда		
		Фактические затраты времени, ч	Объем продукции, тыс. р.	Фактические затраты времени, ч	Объем продукции, тыс. р.	Нормативная (базисный период)	Фактическая	Степень выполнения норматива, %	Базисный период, тыс. р./ч	Отчетный период, тыс. р./ч	Изменение производительности труда, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12

Примечание. Графы 3 и 4 – среднесуточная норма выработки (в базисном периоде или по нормативу); графы 5 и 6 определяются по результатам проведения фотографии рабочего дня. Искомый результат (графы 7, 8 и 9) определяется по методике, описанной в третьем разделе.

Таблица 2

Анализ ликвидности баланса

Актив	На начало периода	На конец периода	Пассив	На начало периода	На конец периода	Платежный излишек или недостаток	
						на начало периода	на конец периода
Наиболее ликвидные активы А1 стр. 260 + стр. 251 + + стр. 253			Наиболее срочные обязательства П1 стр. 690 – стр. 610 – – стр. 640 – стр. 650 – – стр. 660				
Быстро реализуемые активы А2 стр. 240 – стр. 244 + + стр. 270			Краткосрочные пассивы П2 стр. 610				
Медленно реализуемые активы А3 стр. 210 + стр. 220 – – стр. 217			Долгосрочные пассивы П3 стр. 590				
Трудно реализуемые активы А4 стр. 190 + стр. 230			Постоянные пассивы П4 стр. 490 – стр. 244 – – стр. 252 – стр. 217 + + стр. 640 + стр. 650 + + стр. 660				
Баланс			Баланс				