

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»  
Колледж «Синергия»  
Кафедра/ Коммерции и торгового дела

**Отчет  
о прохождении учебной практики**

по профессиональному модулю ПМ **04** Выполнение работ по одной или нескольким профессиям  
рабочих, должностям служащих – **20004** Агент коммерческий

---

период с “ **28** ” мая **2021** г. по “ **07** ” июня **2021** г. В

Специальность **38.02.04.** Коммерция (по отраслям)

**ФИО обучающегося: Сафронов Павел Дмитриевич**  
**Группа: 2021Ф15**  
**ФИО Руководителя: Курганова Н.Ю.**



# Содержание

- I. **Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/оптовой) торговли**
- II. **Исследовательско-аналитическая часть. Сбор информации об объекте практики и анализ источников**

2.1. Материально-техническая база торгового предприятия

2.2. Анализ и оценка соответствия помещений торгового дома требованиям обеспечения качества и безопасности реализуемых товаров и оказываемых услуг

2.2. Исследование методов контактов с поставщиками и деловыми партнерами.

2.3. Изучение и краткое описание ассортимента товаров, реализуемых в торговом доме

2.4. Оценка влияния факторов внешней среды на торговую деятельность предприятия

## III. Проектно-экспериментальная часть.

**Экспериментально-практическая работа. Приобретение необходимых умений и первоначального опыта практической работы по специальности в рамках освоения вида деятельности ВД 4. Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – [20004](#) Агент коммерческий.**

3.1. Выполнение торгово-технологических операций по организации хранения товарных запасов, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации. Изучение современных технологий продаж.

- Оценка этапов торгово-технологического процесса

- Оценка применяемых в торговом предприятии технологий оптовых (розничных) продаж

3.2. Характеристика основных и дополнительных услуг, оказываемых в торговом предприятии

3.3. Оценка складских операций, принципов и условий размещения и хранения товарных запасов на складе.

3.4. Эксплуатация торгово-технологического оборудования

3.5. Анализ экономических показателей деятельности

## IV. Заключение



**ЛИЧНАЯ КАРТОЧКА ИНСТРУКТАЖА САФРОНОВА П.Д.  
ПО БЕЗОПАСНЫМ МЕТОДАМ РАБОТЫ, ПРОМСАНИТАРИИ И ПРОТИВОПОЖАРНОЙ  
БЕЗОПАСНОСТИ**

**I. Вводный инструктаж**

Провел инженер по охране труда и технике безопасности

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

Подпись \_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

Инструктаж получил (а) и усвоил (а)

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

Подпись \_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**II. Первичный инструктаж на рабочем месте**

Переведен на \_\_\_\_\_  
(наименование участка, отдела и т.д.)

**А. Инструктаж провел (а)**

\_\_\_\_\_

(Ф.И.О.)

Подпись \_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.

**Б. Инструктаж получил (а) и усвоил (а)**

\_\_\_\_\_

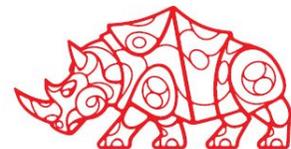
(Ф.И.О.)

Подпись \_\_\_\_\_ Дата \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ г.



# I. Общая организационная характеристика предприятия сферы (розничной/оптовой) торговли

- ООО ТД Албес Центр
- Ведёт оптово-розничничную торговую деятельность на стационарном торговом объекте.
- Предлагает специализированный ассортимент стройматериалов для монтажа подвесных потолочных систем; облицовки стен и систем фальшпола.
- Торговый дом, интегрированный со складом располагается по адресу
  - Россия г. Видное Южная промзона вл.7
  - Покупателями являются Торговые сети; Строительные организации; Магазины; Рынки ;Частные лица и Предприниматели на территории Таможенного союза, Грузии и Украины.
  - режим работы: с 9-00 по 18-00

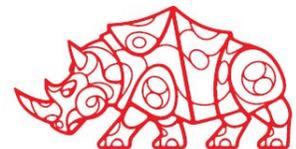


# Здание Торгового дома -базы практики



## 2. Изучение организационно-правовой формы и организационной структуры предприятия – базы прохождения практики

1. Тоговый дом «АЛБЕС ЦЕНТР» общество с ограниченной ответственностью входит в холдинг предприятий РПО «Албес» коды регистрации в ЕГРЮЛ по ОКВЭД :46.73.6 Торговля оптовая лесоматериалами, строительными материалами и санитарно-техническим оборудованием подгруппа Торговля оптовая прочими строительными материалами и изделиями; 52.21.2 Транспортировка и хранение.





Руководит организацией гендиректор у него 1 заместитель и исполнительный директор.

Рассмотрим отделы, участвующие в продвижении товара.

Отдел маркетинга и рекламы – изучает спрос на рынке анализирует новые товары конкурентов. Размещает рекламу.

Цель найти нишу в рынке для нового товара. Задачи прогнозировать спрос на товары . Эффективно управлять рекламой.

Плановый отдел занимается заказами и закупками товара у поставщиков

Цель- вовремя обеспечить клиента наличием товара. Задача оперативно заказать товар

у поставщиков не затоваривая при этом складской комплекс.

Целью отделов по продажам является стремление быть лидером на рынке. Задача обеспечить максимально возможную прибыль при том условии чтобы заказчик был полностью доволен товаром .

Отдел развития и розничных продаж работает с крупными торговыми сетями и магазинами

Отдел ВЭД продвигает товар на внешнем рынке оформляет документы на вывоз

или нанимает для этого таможенного брокера

Отдел объектных продаж занимается продажами строительным компаниям ЖК аэропортам

Отдел прямых продаж – продажами с сайта рынкам Ип магазинчикам и частным лицам

Отдел логистики – движением товара. Цель сокращать время погрузки клиента. Задача обеспечить максимально короткий и быстрый маршрут товара от поставщика потребителю.

Складской комплекс складировует и комплектует заказы Цель обеспечить ответственное

Хранение( с соблюдением условий) перемещение и комплектацию товара. Задача оперативно бережно размещать и комплектовать товар избегая пересортицы недовложений и повреждений.

**4. Рабочее место практики. Раскрыть задачи и функции менеджера по продажам и составить квалификационные требования к профессии «Агента коммерческого**



## II. Исследовательско-аналитическая часть Сбор информации об объекте практики и анализ источников

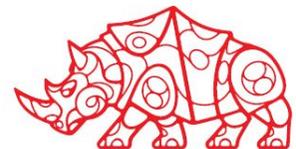
### 2.1. Материально –техническая база торгового предприятия

1. Здание торгового дома находится в шаговой доступности от Каширского шоссе. Подъездные пути имеют

Асфальтовое покрытие. Имеется железнодорожная ветка. Созданы комфортные условия для погрузки автотранспорта (полуприцеп 8 м), его перемещения. Товар напрямую идет на погрузку со склада.

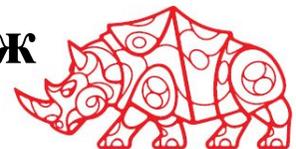
Офисные помещения занимают **200 м<sup>2</sup>** Склад **90 000 м<sup>2</sup>** Имеются электрические и дизельные автопогрузчики.

Территория охраняемая.



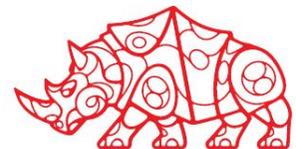
- Здесь будет фото отдела продаж

**Рисунок. Пример планировки отдела розничных продаж**



## 2.2. Исследование методов контактов с поставщиками и деловыми партнерами

1. Установление методов контактов с деловыми партнерами и определение степени выполнения договоров.
2. Основными поставщиками предприятия являются ООО “АЛБЕС МЕТ” и ООО “ГК АСП” они входят в холдинг РПО “АЛБЕС” и находятся на смежной территории. Сроки сотрудничества более 25 лет. Сотрудничество происходит на договорной основе с предоставлением отсрочки по платежам. Претензии к поставщикам выставляются в виде информационных писем на имя заместителя директора по производству и рассматриваются еженедельно на совместном совещании по качеству.



## Характеристика основных поставщиков

Поставщик	Товарная группа	Доля поставляемых товаров в общей совокупности
ООО АЛБЕС МЕТ	Строительные материалы	60%
ООО ГК АСП	Строительные материалы	20%
Остальные	Разное	не более 10%



## 2.3. Изучение и краткое описание ассортимента товаров, реализуемых в торговом доме

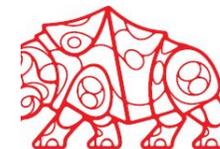
### Анализ ассортимента

Наименование	Производитель	Удельный вес, %
Т-профили для подвесных потолков	ООО "АЛБЕС МЕТ"	50
Профили ГКЛ	ООО "АЛБЕС МЕТ"	30
Кассеты потолочные	ООО "ГК АСП"	10
Изделия на заказ	ООО "ГК АСП"	10
Итого		100

Таблица. «Анализ ассортимента по поставщикам продукции»



## 2.4. Оценка влияния факторов внешней среды на торговую деятельность торгового предприятия



# Влияние факторов внешней среды на деятельность ООО «»

Среда	Факторы, оказывающие позитивное влияние	Степень важности	Факторы, оказывающие негативное влияние	Степень важности
Политико-правовая среда				
Экономическая среда				
Научно-техническая среда				
Природно-экологическая среда				



# III. Проектно-экспериментальная Экспериментально-практическая работа

часть.

**3.1. Выполнение торгово-технологических операций по организации хранения товарных запасов, подготовке товаров к продаже, их выкладке и реализации. Изучение современных технологий продаж**

- Анализ основных принципов организации торгово-технологического процесса;
- Описание торгово-технологических процессов

(организация хранения товарных запасов на складе; подготовка товаров к продаже; отгрузка; процесс реализации товаров)

- Характеристика и описание технологий продаж



### 3.1. Оценка этапов торгово-технологического процесса

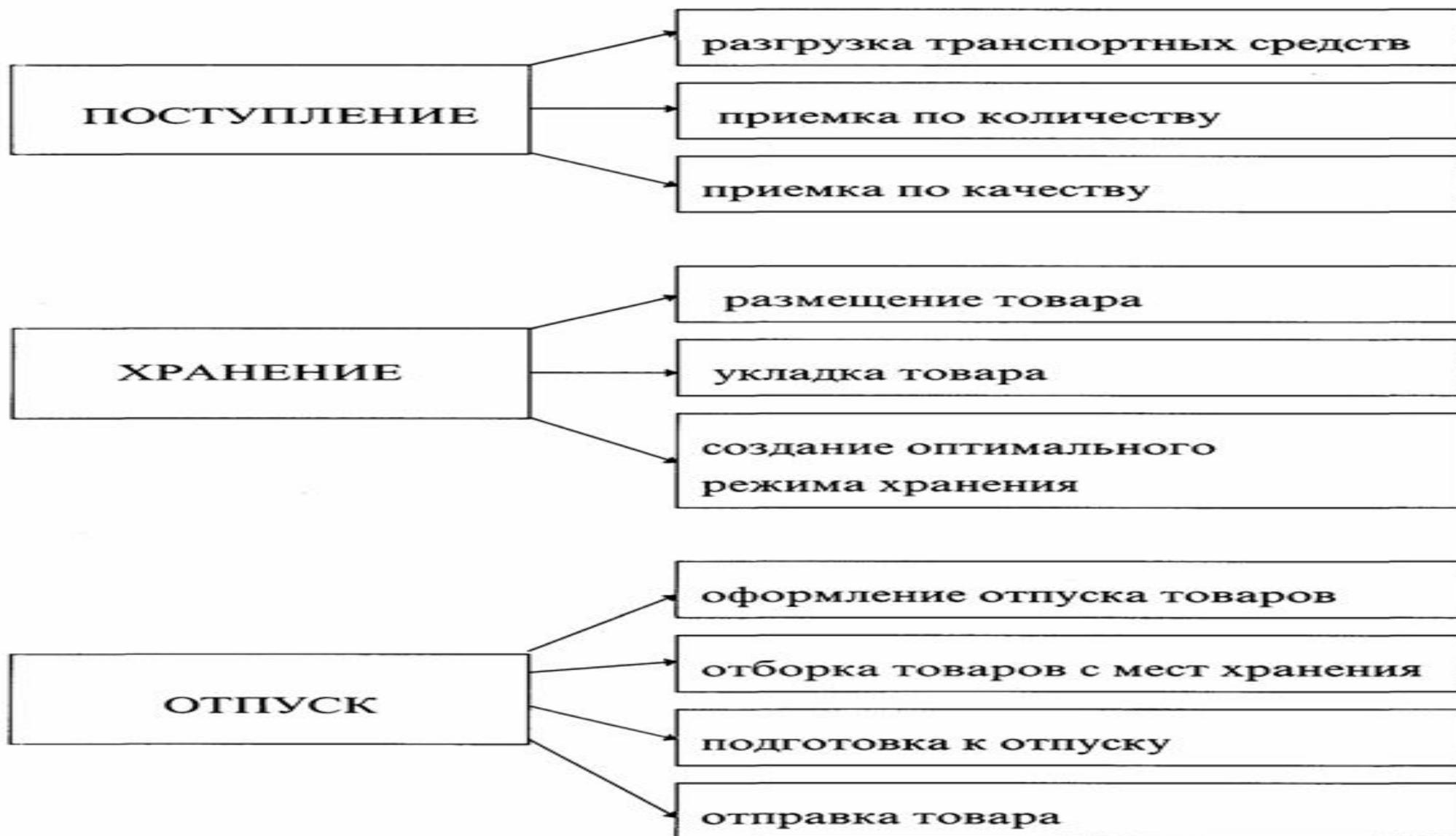


Рисунок. Этапы торгово-технологического процесса

## Фото склада торгового предприятия – базы практики



# **Оценка применяемых в торговом предприятии технологий оптовых (розничных) продаж**

**На предприятии происходит 7 этапов продаж.см. Табл. Слайд 20 и 21**



# Технологии продаж

## ИТОГИ: Технология продаж

1. Установление  
контакта

2. Выяснение  
потребности

3. Презентация  
услуги

4. Работа с  
возражениями

5. Закрытие сделки



# Технологии продаж

## Описание технологий продаж, применяемых в предприятии - базы практики

### Технология продаж. Теория.

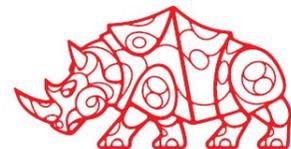
#### ЭТАПЫ ПРОДАЖ:

Этап	Цели этапа	Результат этапа
Подготовка	Знание продукта, наличие всех необходимых для работы материалов, настрой на работу	Вы готовы к любому клиенту и к любому, самому каверзному, вопросу
Установление контакта	Начать разговор с клиентом, заинтересовать клиента	Клиент начинает отвечать на вопросы, поддерживает разговор
Выявление потребностей	Узнать, что необходимо клиенту, что клиент хотел бы изменить в нынешнем провайдере	Менеджер знает: -Что у клиента сейчас (провайдер, тариф) -Что бы клиент хотел изменить/ улучшить
Презентация	Максимально выгодно рассказать о наших услугах и предложить клиенту именно тот тариф, который ему подойдет	Клиент заинтересован в заключении договора
Работа с возражениями	Снять возможные сомнения клиента	Клиент готов заключить договор
Завершение сделки	Заполнить заявку	Заявка заполнена, все данные подтверждены клиентом
Самоанализ	Оценить свою работу	Самосовершенствование



## 3.2. Характеристика основных и дополнительных услуг, оказываемых в торговом предприятии

3. Обслуживание покупателей: выявлением потребностей занимается отдел маркетинга, предложение товаров происходит дистанционно через сеть интернет и по мобильной связи. По желанию клиента или необходимости проводится показ товара в специально оборудованной демонстрационной монтажной зоне. Предлагаются новые и взаимозаменяемые товары, а также сопутствующе ассортимент (крепёж и др). Предоставляется информации об условиях применения, хранения перевозки и противопоказаниях в процессе потребления. ( Обычно информация содежиться в паспорте изделия).



## Характеристика основных и дополнительных услуг

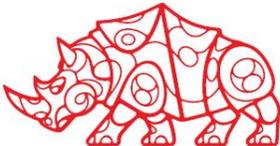
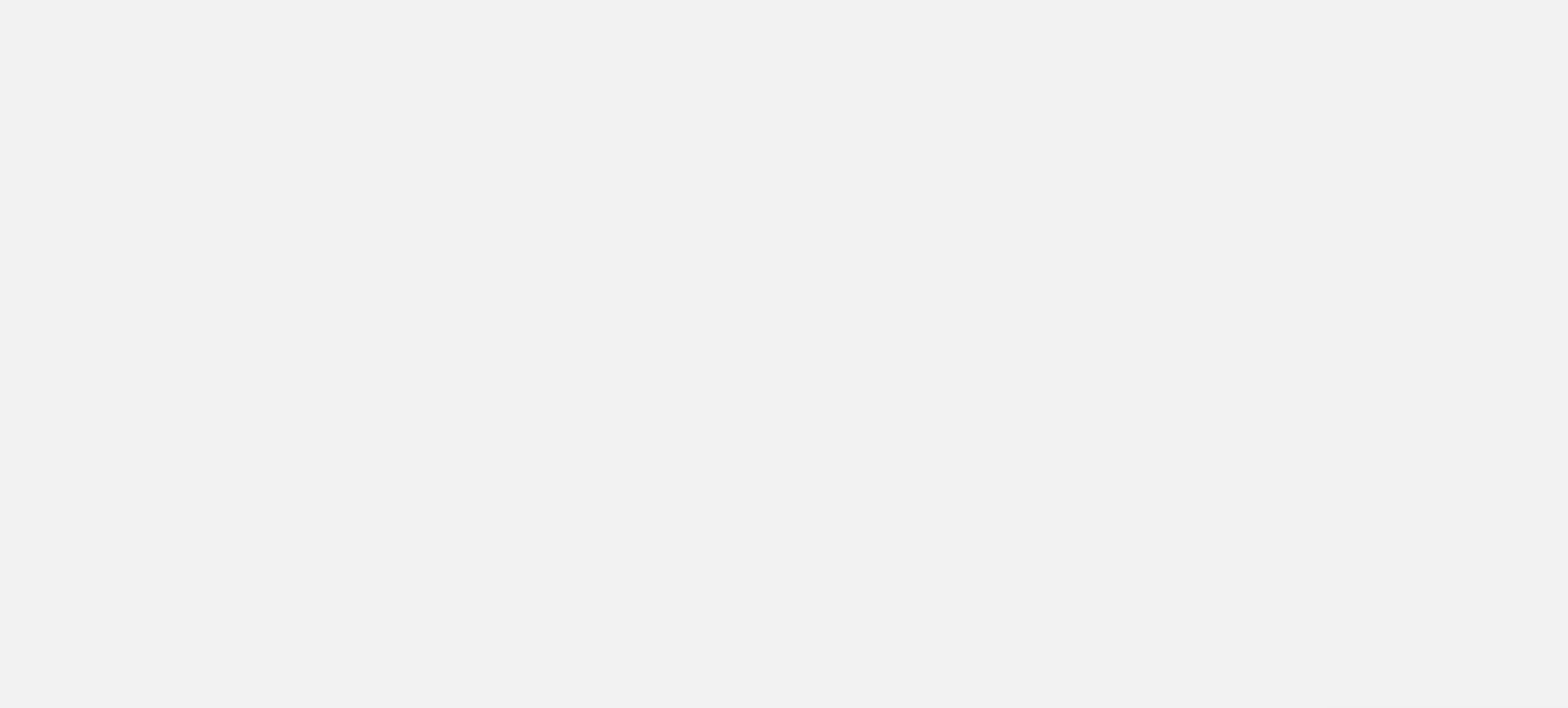
Основные услуги торговли	Характеристика основных услуг	Дополнительные услуги	Характеристика дополнительных услуг
Продажа стойматериалов	Заключение договоров Получение денежных средств Отгрузка товара	Организация доставки товара	Транспортные услуги
		Проектирование	Разработка проектов строительных объектов



### 3.3. Оценка складских операций , принципов и условий размещения и хранения товарных запасов на складе

- Склад представляет собой крытый отапливаемый ангар площадью 90 000 м<sup>2</sup> с 6 рядами полок под паллеты. Товары размещаются с помощью электропогрузчиков размещение товара происходит согласно логистической технологической карты.
- Приёмка товара от поставщика происходит согласно накладной. Проверяется количество и качество товара. Данные вносятся в программу 1С.
- Процесс отгрузки товара происходит по решению менеджера отдела продаж который даёт заявку для оформления УПД для контрагента и требование на отгрузку в отдел логистики получив доверенность от водителя (экспедитора). Отдел логистики оформляет документы и делает перемещение со склада поставщику. Склад комплектует сборный груз согласно требованию и передает заказчику. Представитель заказчика проверяет наличие и качество товара, заверяет факт передачи товара личной подписью.





## Обработка и анализ полученной информации об объекте практики

Осуществить комплексный анализ полученной информации, **разработать свои предложения и рекомендации** по результатам прохождения практики по *профессиональному модулю ПМ.04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих – 20004 Агент коммерческий*, в том числе:

- осуществить поиск и анализ информации в сети интернет об организации и качестве предоставляемых товаров и услуг.
- представить результаты анализа экономических показателей в форме таблицы
- представить результаты SWOT-анализа в форме таблицы
- представить результаты PEST -анализа в форме таблицы

Сформулировать выводы по результатам анализа.



### 3.5. Анализ экономических показателей деятельности

#### Основные показатели экономической деятельности

#### ООО «ТД Албес Центр» за 2019-2020 гг.

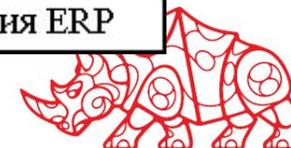
#### По результатам отчёта веб-сервиса “контур. Эксперт”

Показатели	Значение		Отклонение	Темп роста
	2019	2020	+, – 2020/2019	
Выручка , тыс. руб.	7389999	8227123	+837124	+11.3%
Расходы, тыс. руб.	7218205	7982573	+764368	+10.6%
Прибыль от продаж, тыс. руб.	171794	244550	+72756	+42.4%
Уровень рентабельности, %	2.3	3	+0.7	+27.9%



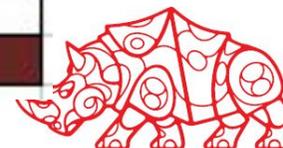
## SWOT-анализ деятельности ООО «ТД АЛБЕС ЦЕНТР»

ФАКТОРЫ	" S W O T "	
ВНУТРЕННИЕ	СИЛА "S" — STRENGTH	СЛАБОСТЬ "W" — WEAKNESS
	1. Лидерство на рынке	1. Отток специалистов к конкурентам
	2. Возможность влиять на цены	2. Отставание во внедрении ERP системы
	3. Квалифицированный персонал	3. Слабая работа отдела обслуживания
	4. Конкурентные цены	4. Слабая реклама
	5. Высокая рентабельность	5. Плохой сайт
	6. Достаточные мощности и склады 7. Современное оборудование	
ВНЕШНИЕ	ВОЗМОЖНОСТИ «O» — OPPORTUNITIES	УГРОЗЫ «T» — THREATS
	1. Растущий рынок даёт возможность экстенсивного роста	1. Качество продукта конкурентов перестаёт быть хуже нашего (за счёт «сманивания» специалистов)
	2. Возможность влиять на цены	2. Рост рынка в интернете, где мы не лидеры
	3. Возможность освоения новых рынков вне региона.	3. Риск лишиться госзаказа
	4. Возможность привлечения дешёвого кредита.	4. Потеря узнаваемости среди будущих клиентов
	5. Возможности для быстрого внедрения инноваций	5. У конкурентов лучше сервис
	6. Усиление конкурентов за счёт внедрения ERP	



## PEST анализа ООО «ТД АЛБЕС ЦЕНТР»

		3					4		5
1	2	Экспертная оценка					Средняя оценка	Оценка с поправкой на вес	
		1	2	3	4	5			
<b>ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ</b>									
Фактор 1	1	5	4	3	5	4	4,2	0,16	
Фактор 2	2	1	3	2	3	3	2,4	0,18	
Фактор 3	1	2	1	1	3	3	2,0	0,07	
...									
<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ</b>									
Фактор 1	3	5	5	5	5	5	5,0	0,56	
Фактор 2	3	5	4	4	3	4	4,0	0,44	
Фактор 3	2	1	2	3	1	1	1,6	0,12	
...									
<b>СОЦИАЛЬНО - КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ</b>									
Фактор 1	3	3	2	3	2	2	2,4	0,27	
Фактор 2	1	5	5	5	5	5	5,0	0,19	
Фактор 3	2	3	4	5	5	4	4,2	0,31	
...									
<b>ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ</b>									
Фактор 1	3	3	1	3	1	2	2,0	0,22	
Фактор 2	3	4	5	5	4	5	4,6	0,51	
Фактор 3	3	3	4	5	2	4	3,6	0,40	
...									
<b>ОБЩИЙ ИТОГ</b>							<b>41,0</b>		



## Выводы и рекомендации по результатам учебной практики

Сформулировать выводы по этапам прохождения учебной практики  
ПМ.04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям  
рабочих, должностям служащих – 20004 Агент коммерческий.

