

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/356524>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Коммерция

Содержание

Введение 3

1. Требования к составлению анкет по изучению спроса 4

2. Поставщики товаров 8

3. Особенности заключения договора 9

4. Правила заполнения заявок 10

5. Условия хранения товаров 11

6. Товаросопроводительные документы 14

7. Правила торговли 16

Заключение 19

Список использованных источников 20

Введение

В образовательном процессе обязательной составляющей является производственная практика. Потому что благодаря ней возможно хорошо ориентироваться не только в теории, и в обстановке трудовых будней.

Данная составляющая учебного процесса проводится на базе организации или предприятия в соответствии с профилем студента.

На пути получения высшего образования, перенос учебного процесса в условия, которые сходятся с атмосферой будущей профессии является обязательным этапом, который регламентирован приказом Минобразования и науки РФ.

1. Требования к составлению анкет по изучению спроса.

Для использования тех или других способов осуществления маркетинговых исследований, важно собрать сведения о рынке. Она бывает первоначальной и производной. Первоначальные данные – это те, которые собраны исключительно под цель проводимого изучения. Вторичные данные собираются из разных источников. Такая информация не связана с целью вашего исследования, но она содействует видеть более полную картину.

Опытные маркетологи предлагают начинать исследовательскую работу именно со сбора производных данных. Они легко общедоступны и дешевы. Это информация из внутренних отчетов компании, из Интернета, из СМИ. Но у них есть и ряд недостатков. Такая информация может оказаться необъективной и несущественной, а потому бесполезной именно для вашей работы. Но этим этапом не стоит пренебрегать, ведь здесь уже станет ясно, где и как нужно искать дальше.

Проанализируем способы осуществления маркетинговых изысканий и их модификации.

Все они базируются на первоначальной информации и подсобляют найти ответ на главный вопрос, ради которого и намечалось изучение рынка. Такая информация собирается напрямую из источника. Для этого применяются:

- качественные методы;

- количественные методы.

Качественные методы позволяют ответить на вопросы «почему» и «как». С поддержкой этих способов возникают доказательства для трактовки гипотез, генерации идей, выстраивания выводов. Они дают весьма субъективную информацию, часто не структурированы, их нельзя выразить в цифрах.

То есть в общих особенностях это сбор убеждений, взглядов подобранной по исключительным параметрам группы лиц. Эта информация разрешает характеризовать о рынке в целом, сделать выводы о ходе мыслей покупателей.

Такие данные необходимы при воссоздании новейших товаров, перед пуском маркетинговых кампаний и

принятии всяческих аналогичных задач. И эти данные позволяют получать способы осуществления маркетинговых исследований.

Главные способы таких исследований:

- анализ фокус-группы;
- глубинное интервью;
- наблюдения.

## 2. Поставщики товаров

Проведем анализ поставщиков в магазине «Хартманн».

## 3. Особенности заключения договора

Порядок заключения договора - одна сторона направляет другой свою оферту для заключения договора, а вторая сторона, получив оферту, примет предложение для заключения договора в соответствии с пунктом 2 статьи 432 Гражданского кодекса Российской Федерации.

В общем случае можно выделить следующие стадии заключения договора:

- преддоговорные контакты сторон (переговоры);
- оферта;
- рассмотрение оферты;
- акцепт оферты.

При этом две стадии — оферта и акцепт оферты — являются обязательными для всех случаев заключения договора.

## 4. Правила заполнения заявок

Заявка на поставку товара – документ, который традиционно нуждается в тех случаях, когда фирма-заказчик бронирует партию продукта на складе у предприятия-производителя для последующего немедленного получения.

Оформление заявки может быть как единоразовым, так и систематическим. Заявка не является обособленным документом, а служит дополнением к договору купли-продажи, поставки и т.п. Чаще всего требования и дедлайны подачи заявки регулируются в основном контракте.

## 5. Условия хранения товаров

При организации хранения товаров, необходимо учитывать их физико-химические свойства, сроки реализации, правила товарного соседства, систему материальной ответственности, очередность поступления.

Хранение товаров включает в себя следующие этапы:

- размещение на хранение товаров;
- укладку в нужных местах;
- соблюдение необходимого режима для хранения товаров;
- в процессе хранения товаров текущий уход.

Товары, которые помещаются на хранение, группируются по однородности, по ассортиментному признаку товары размещают рядом друг с другом.

Также соблюдаются правила товарного соседства. На складах закрепляются постоянные места хранения за каждой позицией для целесообразности. За сроками реализации необходимо следить при длительном хранении.

Для товаров с ограниченным сроком годности необходимо на продажу контролировать очередность отправки, а также размещать товары порционно.

Для оптимальной компании процесса сохранения продуктов на складах в ООО «Хартманн» необходимо соблюдать последующих рекомендаций:

- организация хранения обязана гарантировать целостность числа товаров, их потребительских свойств и исполнение нужных погрузочно-разгрузочных работ;
- условия для осмотра и измерения товаров, отбора проб и образцов товаров соответственными контролирующими органами, корректирования поврежденной упаковки, исполнения погрузочно-разгрузочных работ,

- обеспечение сохранности свойств товаров добивается созданием соответствующего гидротермического режима сохранения товаров, удобной системой их укладки и размещения, системой непрерывного контроля в ходе хранения.

За товарами, находящимися на складах, должны осуществляться постоянное наблюдение и уход. Следует регулярно проводить проверку их состояния, контроль появления признаков порчи, результатов грызунов или насекомых.

#### 6. Товаросопроводительные документы

При поступлении в ООО «Хартманн» заказанной продукции проводится ее приемка.

Данный процесс состоит из следующих этапов:

- проверка комплектности и количества поступившихся товаров;
- оформление подтверждающих документов;
- принятие на учет продукции.

При проверке товаров все действия проводится материально ответственными опытными сотрудниками. Они владеют нормативной базой относительно правил принятия изделий, а также сроков приемки, разбираются в количественной оценке товаров и показателях качества, а также умеют грамотно оформлять документацию.

#### 7. Правила торговли

В магазине покупатель купил запасные части для автомобилей новой модели немецкий концерн G. На протяжении недели покупатель активно осваивал новую деталь, и поскольку коробка оказалась на полке много места, он выбросил ее вместе с чеком, вложенным в коробку и талоном гарантии.

Через два дня вдруг деталь задымилась, и она начала искриться. Женщина таких ситуаций не встречала никогда. Как ей сейчас поступать? Предлагаем рассмотреть вышеизложенную ситуацию с применением законодательства Российской Федерации от 07.02.92 No 2300-И «О защите потребительских прав» и возможных путей выхода из этого кейса.

Товар был небезопасен и видимо был существенным недостатком. Согласно пункту 1 статьи. 7 Закона Потребитель обладает правом на безопасность товара при обычных условиях его применения, хранения и транспортировки, не вредит жизни, здоровью потребителя и не вредит имуществу покупателя.

Согласно пункту 3 статьи 14 и пункту 1 статьи 14 Закона, возмещение вреда, причиненного жизнью, здоровьем или имуществом потребителя, производится в случае причинения вреда в установленном срок службы и срок годности товара.

Вред, возникший из-за недостатков продукции, подлежит компенсации продавцу или изготовителю продукции по выбору виновного. Согласно статье 15 Закона компенсация морального вреда осуществляется вне зависимости от компенсации имущественного вреда и убытков, причиненных потребителем.

В соответствии с статьей 17 Закона иск о защиту прав потребителей может быть предъявлен в суд по месте:

- нахождение организации, и если ответчик является индивидуальным предпринимателем, - на его месте;
- на месте жительства или на месте пребывания ответчика;
- на основании договора о заключении или исполнении.

#### Заключение

Спецификой работы ООО «Хартманн» в сфере организации товароснабжения является функционирование долговременного опыта работы с всевозможными поставщиками, наличие стабильных административно-хозяйственных связей со многими из них.

Кроме того, начальство супермаркета имеет долговременный опыт исследования покупательского спроса, достоверно знает специфики эксплуатируемого контингента клиентов, специфики становления спроса клиентов на отдельные виды продуктов.

#### Список использованных источников

- 1) ФЗ РФ от 07.02.1992 N 2300-1 (ред. от 18.04.2018) «О защите прав потребителей»

- 2) ФЗ «О качестве и безопасности пищевых продуктов» от 02.01.2000 N 29-ФЗ (последняя редакция)
- 3) Абоимова Н.Э. Организация и технология розничной торговли: учебник для учреждений нач. проф. образования / Н.Э. Абоимова. — М.: Издательский центр «Академия», 2013. — 256 с
- 4) Базарова В.И., Боровикова Л.А. и др. Учебник. - М.: Исследования продовольственных товаров. М.: Экономика, 2015. - 350с.
- 5) Вилкова, С.А. Товароведение и экспертиза хозяйственных товаров: Учебно-практическое пособие / С.А. Вилкова. - М.: Дашков и К, 2015. - 500 с.
- 6) Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Г.Г. Дубцов. — 4-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2018. — 336 с.
- 7) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2014. — 177 с.
- 8) Кременевская М.И. Товароведение и экспертиза продовольственных товаров: Учеб. -метод. пособие. - СПб.: Университет ИТМО, 2015. - 97 с
- 9) Памбухчиянц О. В. Технология розничной торговли: Учебник / О. В. Памбухчиянц. — 9 е изд., перераб. и доп. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2012. — 288 с.
- 10) Товароведение продовольственных товаров: краткий курс лекций для студентов 3 курса направления подготовки 38.03.06 Торговое дело / Сост.: Н.А. Колотова // ФГБОУ ВПО «Саратовский ГАУ». - Саратов, 2016

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой: <https://stuservis.ru/otchet-po-praktike/356524>*