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/401904

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Коммерция

-

Пожарную опасность представляют следующие предметы бытовой химии: бытовая химия в аэрозольной упаковке, а также бытовая химия с пропеллентами. Например, ароматизирующие и дезодорирующие средства, средства для подкрахмаливания, средства для антистатической обработки тканей, средства для очистки и полировки, средства по уходу за автомобилями, средства для уничтожения запахов и другие.
В торговом зале запрещено проводить пожарные работы, пока покупатели находятся в торговых залах; осуществлять продажу горючих и легковоспламеняющихся жидкостей (за исключением лекарственных средств, медицинских изделий, косметической и алкогольной продукции). Нельзя размещать отделы, отделения по продаже легковоспламеняющихся и легковоспламеняющихся жидкостей, легковоспламеняющихся газов и пиротехнических изделий на расстоянии менее 4 метров от выходов, лестничных клеток и других путей эвакуации. Запрещается хранить легковоспламеняющиеся материалы, отходы, упаковку и контейнеры на путях эвакуации. Запрещается хранить горючие или негорючие товары в легковоспламеняющейся упаковке в помещениях без оконных проемов или механически приводимых в действие систем дымоудаления, если это не предусмотрено правилами пожарной безопасности.
Погрузочные устройства подъемников для примерной транспортировки полуфабрикатов снабжены заслонками, которые открываются только во время погрузки. Руководитель организации обеспечивает соблюдение следующих требований пожарной безопасности:
 ширина прохода между торговыми рядами, ведущего к эвакуационным выходам, должна быть не менее 2 метров;

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Базюкина А.И. Совершенствование ассортиментной политики магазинов детской одежды // Экономическая наука сегодня: теория и практика : материалы VII Междунар. науч.–практ. конф. (Чебоксары, 29 июня 2017 г.) / редкол.: О.Н. Широков [и др.] – Чебоксары: ЦНС «Интерактив плюс», 2017. – С. 28-36
2. Баканов М.И. Теория экономического анализа / М.И. Баканов, А.Д. Шеремет. – М.: Финансы и статистика, 2016. – 319 с.
3. Маркетинг: Учебник / В.П. Федько, Л.А. Чикатуева, Н.В. Третьякова; Под ред. проф. В.П. Федько. - 2-е изд., испр. и доп. - М.: НИЦ Инфра-М, 2017. - 368 с.
4. Маркетинг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - 3-е изд., исп. и доп. - М.: Форум: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 240 с.
5. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Учебное пособие / И.К. Беляевский. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: КУРС: НИЦ Инфра-М, 2016. - 392 с
6. Маркетинговые исследования рынка: Учебник / О.А. Лебедева, Н.И. Лыгина. - М.: ИД ФОРУМ: НИЦ Инфра-М, 2016. - 192 с.

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/401904