

*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://studservis.ru/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/156067>

**Тип работы:** Отчет по практике

**Предмет:** Коммерция

Содержание

Введение 3

Раздел 1 Организационные и учетные аспекты деятельности предприятия 5

1.1 Организационно-правовые основы деятельности организации 5

Раздел 2 Организация работы кассира торгового зала 14

2.1 Соблюдение правил эксплуатации ККТ и выполнение расчётных операций с покупателями 14

2.2 Проверка платёжеспособности государственных денежных знаков 16

2.3 Кассовое электронное торговое оборудование 17

2.4 Оформление документов по кассовым операциям 19

Заключение 22

Список использованных источников 24

Введение

Учебная практика – это не просто присутствие в организации или на предприятии, и наблюдение за тем, что происходит вокруг, а непосредственное участие в процессе.

Перед студентом-практикантом ставятся задачи учебной практики, четкое выполнение которых гарантирует высокий результат.

В общем виде перечень задач сводится к следующим основным направлениям – обучение, адаптация, воспитание и развитие.

Целью учебной практики является закрепление теоретических знаний на базе организации «Магнит».

Задачи учебной практики:

- реализация на практике теоретических познаний;
- формирование более детального представления о будущей профессии;
- изучение места конкретного предприятия в комплексе регионального хозяйственного механизма и отрасли в целом;
- ознакомление с историей и перспективами развития базы практики;
- анализ номенклатуры продукции или услуг, являющихся результатом деятельности предприятия или организации;
- приобретение навыков в работе с документами, регламентирующими работу предприятия;
- непосредственное участие в процессе производственной деятельности;
- получение представления об этике профессиональной коммуникации.

Для изучения выбранной темы возможно использовать следующие методы:

- изучение и анализ научной литературы;
- синтез полученных данных;
- анализ и оценка стимулирования персонала по совершенствованию процесса обучения.

Работа состоит из следующих структурных элементов: введение, две главы, пять параграфов, заключение, список использованных источников, включающий в себя 23 учебных пособия. Объем работы 25 страниц.

Раздел 1 Организационные и учетные аспекты деятельности предприятия

1.1 Организационно-правовые основы деятельности организации

«Магнит» — магазин, реализующий продовольственные и непродовольственные товары. Компания работает для того, чтобы отвечать всем потребностям и желаниям покупателей. Компания работает для того, чтобы отвечать всем потребностям и желаниям покупателей в любой локации через семью предложений «Магнит». Цель компании — стать номером один для каждой российской семьи. «Магнит» — это магазин шаговой доступности, рядом с жилыми домами и основными пешеходными и транспортными потоками. В магазинах «у дома» просто совершать ежедневные покупки благодаря удобной навигации, выкладке товаров, дружелюбному сервису. Большую часть ассортимента составляют продукты питания повседневного спроса — свежие овощи и фрукты, хлеб, молочная и мясная продукция, кондитерские изделия и другие товары. Эффективный процесс доставки продукции в магазины возможен благодаря мощной логистической системе. Для более качественного хранения товаров и оптимизации их поставки в торговые точки, в компании создана дистрибьюторская сеть, включающая 37 распределительных центров и 36 автотранспортных предприятий. Своевременную доставку продуктов во все магазины розничной сети позволяет осуществить собственный автопарк, который насчитывает около 6 000 автомобилей. Кроме того, розничная сеть «Магнит» является крупнейшим частным работодателем в России. Общая численность сотрудников компании составляет более 270 000 человек. Компании неоднократно присуждалось звание «Привлекательный работодатель года». На розничном рынке РФ сложились предпосылки для перехода на новый уровень развития: Повысились требования потребителей: они хотят большего удобства, экономии времени и бюджета. В ритейле так и не сформировался действительно лидирующий игрок. Новые малые игроки выигрывают дифференциацией, а крупные больше не могут конкурировать только ценой. В будущем на потребительском рынке РФ выиграет тот, кто завоюет сердца покупателей. В таких условиях «Магнит» ставит цель — стать главной потребительской площадкой и самым известным потребительским брендом РФ, поставив покупателя в центр стратегии и покрывая до 70% кошелька. Проанализируем основные экономические показатели магазина «Магнит». Выручка – заработок от прямой деятельности компании (от продажи продукции или услуг). Динамика показателя выручки магазина «Магнит», представлена на рисунке 1.

Рисунок 1 – Динамика показателя выручки магазина «Магнит». млрд. руб.

Анализируя динамику показателя выручки, можно сделать следующие выводы, наблюдается стабильный рост анализируемого показателя, так в период с 2015 по 2019 год данный показатель вырос на 572 миллиарда рублей.

Наибольшего значения данный показатель достиг в 2018-2019 годах и составил 1200 миллиардов рублей.

Проанализируем динамику показателя прибыли магазина «Магнит».

Прибыль – разница между суммарным доходом и общими расходами (включая налоги). То есть, это та самая сумма, которую в быту можно было бы спокойно положить в копилку.

Чтобы рассчитать прибыль, необходимо сложить все приходящие средства и вычесть из полученной суммы все допущенные издержки.

При неблагоприятном раскладе и даже при большом доходе прибыль предпринимателя может равняться нулю, или вовсе уходить в минус.

Основная прибыль компании формируется из прибыли и убытка, полученных от всех направлений работы. Динамика прибыли магазина «Магнит» представлена на рисунке 2.

Рисунок 2 – Динамика прибыли магазина «Магнит», млрд. руб.

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) Дашков Л.П., Памбухчиянц В.К. Коммерция и технология торговли М.: Дашков и К°, 2014. — 692 с.
- 7) Дубцов Г.Г. Товароведение продовольственных товаров: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / Г.Г. Дубцов. — 4-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2013.— 336 с.
- 8) Красина Ф.А. Управление персоналом: Учебное пособие. — Томск: Томский межвузовский центр дистанционного образования, 2014. — 177 с.
- 9) Коммерческая деятельность: учеб. пособие для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 38.03.06 «Торговое дело» профили «Коммерция», «Торговая реклама» и 38.03.02 «Менеджмент» профили «Маркетинг», «Менеджмент организаций торговли» / [авт.-сост. В.И. Бросалин, Н.Н. Крылова]. – Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2016. – 92 с.
- 10) Коммерческая деятельность : учебник для бакалавров / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 506 с.
- 11) Мальцева, С. В. Инновационный менеджмент : учебник для академического бакалавриата / под ред. С. В. Мальцевой. — М.: Издательство Юрайт, 2015. — 527 с.
- 12) Маслова, В. М. Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. М. Маслова. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Издательство Юрайт, 2016. — 492 с.
- 13) Минько Э. В., Минько А. Э. Основы коммерции: Учебное пособие/ Э.В. Минько, А.Э. Минько- 2-е изд. Стандарт третьего поколения. — СПб., 2013.— 336 с.
- 14) Основы коммерческой деятельности : учебник для среднего профессионального образования / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова, С. В. Земляк, В. В. Синяев. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 506 с.
- 15) 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.
- 16) Товароведение и организация торговли непродовольственными товарами: учебник/ под ред. А.Н. Неверов, Т.И. Чалых, С.С. Шипилова – ПрофОбрИздат, 2011- 464с.
- 17) 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. – 108 с.
- 18) Управление персоналом: учеб.-метод. пособие / И.Б. Тесленк; Владим. гос. ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир: Изд-во ВлГУ, 2015. – 80 с.
- 19) Ходыкин А.П., Ляшко А.А., Волошко Н.И., Товароведение непродовольственных товаров: учебник / А.П. Ходыкин, А.А. Ляшко, Н.И. Волошко. - Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2016. - 540с.
- 20) Шепелев А.Ф., Кожухова О.И. Товароведение и экспертиза плодоовощных товаров. – Ростов – на – Дону.: Учебное пособие, 2

*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://studservis.ru/gotovye-raboty/otchet-po-praktike/156067>