

Содержание

Ведение.....	3
Глава 1. Характеристика предприятия	5
Глава 2. Сбор организационно - экономической информации.....	6
Заключение	21
Список литературы	23

Введение

Учебная практика направлена на углубление студентом первоначального профессионального опыта, развитие общих и профессиональных компетенций, проверку его готовности к самостоятельной трудовой деятельности.

Содержание учебной практики обеспечивает обоснованную последовательность формирования у студентов системы профессиональных умений и навыков, целостной профессиональной деятельности и первоначального профессионального опыта в соответствии с требованиями специальности 38.03.02.

В ходе прохождения произведенной практике цели необходимо решить следующие задачи:

- присутствовать на организационном собрании обучающихся и ознакомиться с настоящим Положением и программой практики;
- пройти практику в указанные сроки в соответствии с рабочим графиком учебного процесса и приказом ректора;
- совместно с руководителем практики от МАП составить план прохождения практики, получить индивидуальные задания;
- своевременно и в установленный срок явиться в назначенную для прохождения организацию – базу практики;
- проявлять высокую организованность, соблюдать трудовую и служебную дисциплину, выполнять правила внутреннего распорядка, пожарной безопасности, охраны труда и техники безопасности, установленные в организации;
- четко и своевременно выполнять конкретные задания, поручения и указания руководителей практики;

– четко, правильно и оперативно оформлять всю документацию в ходе практики;

– не разглашать служебную, коммерческую и другие виды тайн;

– регулярно записывать все реально выполняемые работы;

– во время консультаций представлять ход выполнения плана практики на просмотр руководителю практики от МАП;

– собирать и обрабатывать необходимые материалы, оформить его в виде отчета;

В период прохождения учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков) ой практики обучающиеся:

- изучают организационную структуру объекта-базы практики;

- изучают деятельность экономических подразделений объекта;

- выполняют индивидуальные задания в соответствии с программой практики.

Учебная практика состоит из 25 листов, введение, двух глав, заключение, список литературы.

Закрытое акционерное общество (ЗАО) Центр «Содействие» является одной из крупнейших энергосбытовых компаний Юга России. Сегодня аббревиатура ЗАО Центр «Содействие» Электрическая лаборатория хорошо известна во всех городах Краснодарского края. На обслуживании ЗАО Центр «Содействие» Электрическая лаборатория находится около одного миллиона клиентов, в том числе свыше пятидесяти тысяч юридических лиц.

За двадцать восемь лет деятельности компания зарекомендовала себя как надежный поставщик энергии Краснодарского края, не на словах, а на деле ежедневно подтверждая свой ответственный статус гарантирующего поставщика, как предприятие с высокой долей социальной ответственности.

Органы управления и контроля

Общее собрание ЗАО Центр «Содействие»

Общее собрание акционеров является высшим органом управления Общества. Компетенция Общего собрания акционеров определяется Уставом Общества и действующим законодательством Российской Федерации.

Совет директоров

Совет директоров является постоянно действующим органом управления Общества, осуществляющим руководство деятельностью Общества. Совет директоров действует в интересах Общества и контролирует деятельность исполнительных органов Общества. Компетенция Совета директоров Общества определяется действующим законодательством Российской Федерации и Уставом Общества.

Генеральный директор

Генеральный директор является единоличным исполнительным органом Общества, основной задачей которого является осуществление руководства текущей деятельностью Общества, с целью обеспечения прибыльности и конкурентоспособности Общества, его финансово-

экономической устойчивости. Генеральный директор подотчетен Совету директоров и Общему собранию акционеров Общества.

Ревизионная комиссия

Ревизионная комиссия является выборным органом Общества, который осуществляет функции внутреннего финансово-хозяйственного контроля за деятельностью Общества, а также за соблюдением норм действующего законодательства Российской Федерации и положений Устава органами управления Общества, в том числе Советом директоров и генеральным директором. Ревизионная комиссия действует в интересах акционеров Общества и в своей деятельности подотчетна Общему собранию акционеров Общества

Глава 2. Сбор организационно - экономической информации.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности можно рассматривать как комплекс мер, направленный на оценку ключевых количественных и качественных показателей бизнеса. В исследовании используют ряд аналитических методов: сбор информации, обработка данных, расчеты, измерения, обобщения и другие.

Объектом анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия являются:

- платежеспособность фирмы;
- объем продаж и производства;
- себестоимость продукции или услуг;
- ресурсы предприятия;
- качество управленческих решений;
- устойчивость фирмы;
- другие показатели в конкретный момент или за определенный период.

Источники для исследования выбирают, отталкиваясь от цели — это может быть бухгалтерская отчетность, плановые показатели, учет и т.д. От главной цели также зависит, какой вид анализа нужно провести в конкретный момент:

- текущий (о том, как на данный момент обстоят дела на предприятии);
- перспективный (чтобы составить прогнозы на будущее);
- ретроспективный (для оценки показателей за определенный период) и т.д.

Сам по себе анализ — не панацея. Чтобы он выполнял задачу и был полезен для дела, важно соблюдать несколько принципов:

1. В расчет нужно принимать реальные цифры и значения. Анализ должен быть конкретным и объективным.
2. В исследование нужно включить весь комплекс факторов, которые так или иначе влияют на изучаемый процесс.
3. Анализ нужно проводить регулярно и системно. Так вы сможете наблюдать за динамикой показателей и понять их взаимосвязь друг с другом.
4. При анализе нужно использовать научно обоснованные инструменты и методы.
5. Выводы, к которым аналитики придут по итогам исследования, должны быть практически полезны. Чтобы по результатам можно было определить комплекс действий, которые позволят предприятию исправить недочеты и улучшить показатели.

Необязательно ждать от анализа негативных результатов. В редких случаях такое исследование помогает убедиться, что вы все делаете правильно.

Цели анализа финансово-хозяйственной деятельности

Можно выделить два принципа, по которым проводят комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия:

1. **Внутренний анализ.** Это исследование могут провести только сотрудники фирмы у которых есть доступ к внутренним данным. Они включают в источники не только открытую информацию, но и специфические сведения — например, о проценте брака или возвратов. Результаты внутренних исследований получаются детальными и конкретными и не доступны широкой аудитории. Такой анализ позволяет не только увидеть реальную картину, но и определить причины, которые привели к тем или иным показателям.

2. **Внешний.** Такое исследование проводится сторонними аналитиками, среди которых могут быть заинтересованные в успехе бизнеса лица (инвесторы, кредиторы, партнеры), контролирующие органы, средства массовой информации. Внешний анализ может показать, насколько фирма стабильна и платежеспособна, можно ли дать ей финансирование и т.д.

Первый формат анализа позволяет получить ответы на конкретные вопросы, установить причинно-следственные связи. Вторым используют для того, чтобы определить общие факты.

Анализ может преследовать разные цели. Например:

- дать объективную оценку финансовому состоянию компании;
- определить, может ли фирма получить кредит и выплатить его;
- выявить неиспользованные ресурсы;
- обозначить «слабые места» в бизнесе, из-за которых он теряет деньги или неэффективно использует ресурсы;
- уменьшить расходы;
- избежать банкротства;
- составить прогноз финансового состояния фирмы на будущее;
- убедиться в рентабельности инвестиций;
- понять, стоит ли руководству выделять средства на то или иное мероприятие;
- проследить развитие фирмы в динамике ключевых показателей эффективности;

- определить стоимость компании и другие.

Методика проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия

Есть несколько методик проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Чтобы получить объективную и полную картину, стоит не останавливаться на одном способе, а провести несколько параллельных исследований.

Вертикальная методика

Метод заключается в том, что ресурсы определяют долями. Итоговые ключевые показатели при расчетах принимают за целую величину — 100%. А остальные части (статьи баланса, активы, пассивы) рассчитывают в процентных долях от этих 100%.

Такое исследование также называют структурным. Чаще всего анализируют такие ресурсы:

- активы — оборотные, внеоборотные, их ликвидность, состав;
- капитал — собственный и заемный;
- денежный поток — инвестиционный, финансовый, операционный.

Вертикальный анализ помогает понять структуру бизнеса, проследить движение активов, сделать выводы о доходах и расходах предприятия, определить его обязательства.

Горизонтальная методика

Здесь показатели фирмы анализируют в динамике. Для этого итоговые результаты за один период сравнивают с показателями за несколько предыдущих периодов.

Данные берут из бухгалтерской отчетности — баланса, отчетов о финансовых результатах и движении средств и так далее. Такое исследование позволяет увидеть развитие компании, рост и падение ключевых показателей (доходов, расходов, оборота продаж и т.д.), определить тенденции, изменения.

Горизонтальный метод особенно полезен для сезонного бизнеса.

У горизонтальной методики есть отдельный подвид — трендовое исследование. Его суть заключается в следующем: некоторые результаты принимаются за стандарт, и показатели за конкретный период сравнивают с ними.

Если фирма в каких-то результатах отклоняется от базовых, их принимают за тренд. Затем разрабатывают комплекс мер на ближайшую перспективу, чтобы исправить отклонения от базы и стабилизировать проблемные показатели.

Сравнительная методика

Такое исследование также называют пространственным. Суть метода заключается в том, что показатели объединяют в группы и сравнивают между собой. Можно анализировать данные между разными компаниями одной фирмы или сравнить их со сторонними компаниями/филиалами.

Для каких целей используют такую методику:

- **Сравнение с конкурентами.** Пространственный анализ позволяет определить преимущества перед аналогичными предприятиями — или наоборот, увидеть, по каким критериям ваш бизнес от них отстает. Помогает выбрать меры, которые поднимут конкурентоспособность бизнеса.
- **Сравнение в рамках отрасли.** Так можно определить ресурсы, которые помогут фирме улучшить свои результаты.
- **Внутрихозяйственная аналитика.** Анализ позволяет сравнить показатели между разными отделами, цехами, дивизионами, филиалами, дочерними компаниями и понять, как распределены ресурсы и ответственность между разными объектами внутри бизнеса.
- **Ориентир на плановые показатели.** Помогает увидеть, насколько предприятие соответствует намеченной стратегии.

Факторная методика

К этому методу прибегают, чтобы понять, как разные внутренние и внешние факторы влияют на общий результат дела. Такой анализ обычно

проводят после каких-то важных изменений, например:

- нововведений в законодательстве;
- изменения цен (на определенные товары или ресурсы, необходимые компании для производства продукции);
- социальных изменений в местности, где находится и работает предприятие, его руководство, сотрудники и т.д.

Коэффициентный анализ

Финансовые эксперты считают этот тип исследования ключевым. Его проводят, анализируя бухгалтерскую отчетность и опираясь на отношение одних показателей к другим. Коэффициенты, которые рассчитывают на основе тех или иных сведений, отражают положение дел, но не объясняют причин, по которым фирма получила такой результат.

Общепринятого перечня показателей, по которым нужно высчитывать коэффициенты, не существует. На то есть несколько причин:

- Предприятия на рынке работают в разных условиях. У каждого — свой масштаб бизнеса, своя сфера, численность штата, направления деятельности. Определить усредненные показатели в таких условиях невозможно.
- В финансовой отчетности много показателей. И далеко не все из них нужно учитывать в исследовании.
- У каждой фирмы есть своя учетная политика, которая также влияет на результат анализа и сами показатели.

Чаще всего, рассчитывают такие коэффициенты:

Коэффициент	Что показывает
Рентабельности	Уровень прибыли, которой компании приносит использование ключевых активов
Ликвидности	Способность бизнеса следовать своим обязательствам в ближайшей перспективе
Деловой активности	Насколько разумно компания использует и распределяет активы

Коэффициент	Что показывает
Финансовой устойчивости	Насколько бизнес платежеспособен в долгосрочной перспективе

Сами по себе показатели ничего не дадут — важно грамотно их интерпретировать и использовать вкупе с другими методами. Например, сравнить с коэффициентами конкурентов или результатами за предыдущие периоды. Определить, как именно нужно использовать в анализе полученные коэффициенты — задача опытного аналитика.

Этапы проведения анализа финансово-хозяйственной деятельности

У анализа результативности финансово-хозяйственной деятельности есть несколько базовых этапов.

Описать цель исследования и методику

Цель выбирают, исходя из главных задач анализа и характера вопросов, на которое должно ответить исследование. Что важно определить в самом начале:

- кто будет ответственным за оценку результатов;
- какая часть сведений должна остаться конфиденциальной;
- в какой срок и в каком формате нужно провести исследование;
- на какие источники будут опираться аналитики.

Собрать все предварительные сведения

На этом этапе фиксируют показатели, актуальные на момент исследования. Их перечень также зависит от задач анализа, но в большинстве случаев определяют:

- условия работы предприятия;
- ключевые результаты компании;
- ожидаемые перспективы;
- имущественное положение бизнеса в начале и по окончании отчетного периода.

Проверить имущественное и финансовое положение бизнеса

Этот этап позволяет понять, насколько эффективно бизнес вкладывает

деньги в активы и рационально ли он их использует. Анализируют структуру капитала, рассчитывают коэффициенты ликвидности и другие показатели.

Что нужно определить в результате:

- справляется ли фирма с краткосрочными и долгосрочными обязательствами;
- насколько она стабильна;
- как в динамике проявляются заемные средства — растут или уменьшаются и другие текущие факторы.

Оценить результаты финансово-хозяйственной деятельности

Здесь оценивают такие параметры:

1. Насколько эффективно бизнес распоряжается ресурсами.

Для этого рассчитывают несколько коэффициентов: продолжительности одного оборота активов, оборачиваемости активов и других. Выявляются закономерности между скоростью оборотов на одних участках и результатами на других. Простыми словами, определяют, насколько быстро потраченные на активы средства превращаются в доходы.

2. Соответствует ли бизнес плановым показателям.

План обычно устанавливает руководство. На этом этапе нужно понять причину отклонений от стандарта, если они есть.

3. Насколько рентабельно предприятие.

Это определяют по анализу комплекса ключевых показателей: рентабельности продаж, капитала, текущих активов и т.д.

Проанализировать баланс предприятия

Этот этап помогает понять реальные перспективы бизнеса, выявить его возможную неплатежеспособность. Для анализа структуры баланса чаще всего рассчитывают коэффициент утраты платежеспособности (или ее восстановления).

Комплексный анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия — эффективный инструмент бюджетирования и планирования, но им нужно уметь пользоваться. Как минимум для того, чтобы правильно

интерпретировать результаты и учесть факторы, которые могут их исказить — инфляцию, ситуацию на рынке и другие.

Знать основы анализа финансово-хозяйственной деятельности компании полезно, и их стоит применять на практике для решения управленческих задач. Но за глубоким и качественным анализом лучше обратиться к опытным аналитикам.

Основные методы прогнозирования и планирования

Валентина Клавдеева

Планирование бизнеса – это подготовка прогнозов развития компании, наиболее вероятных и обоснованных предположений о возможных проблемах в будущем, о необходимых бизнес-решениях и желаемых финансово-экономических показателях. Какие методы прогнозирования существуют, в чем их особенности и какой лучше выбрать, какие риски сопряжены с неправильным подходом к бизнес-прогнозированию, расскажем в статье.

Методы прогнозирования: понятие и сфера применения

Прогнозирование применяется в бизнес-среде для стратегического планирования. Составление финансового прогноза – это определение желаемого финансового результата и наиболее вероятностных путей его достижения на основе накопленного опыта, имеющихся экономических закономерностей, анализа текущих данных, определения возможных перспектив развития и т.д.

Прогнозирование, как процесс предугадывания возможного будущего на основе исходных данных, применяется во многих сферах: демография, экология, генетика, метеорология, социология, и конечно, экономика. Независимо от сферы применения, использование прогнозирования предопределено необходимостью принимать различного рода управленческие решения во избежание значительных неблагоприятных факторов, ошибок либо же достижения желаемых, запланированных показателей.

Выбор методов прогнозирования обусловлен сферой применения, поставленными целями прогнозирования, доступности инструментов и наличия необходимого числа исходных данных.

Отличие прогнозирования от планирования

Прогнозирование и планирование в бизнес-сфере тесно взаимосвязаны, поскольку составление прогнозов дает информацию для эффективного планирования, хотя и не определяет конкретных задач и результатов. В большинстве случаев прогнозы формируются для составления плана, а также помогают оценивать возможные последствия его реализации.

Прогнозирование не носит директивный, обязательный характер – его цель заключается в предопределении возможного исхода развития экономики, поэтому оно должно охватывать не только внутреннюю, но и внешнюю среду. Планирование же ориентировано только на деятельность предприятия и базируется на анализе внутренних факторов бизнеса.

Планирование должно иметь четкие временные рамки, прогнозы же могут составляться и на более долгосрочный период. При этом прогнозирование не подразумевает большой конкретики в достижении конечных результатов.

Для автоматизации прогнозирования и планирования можно использовать решение «1С:ERP Управление предприятием». Например, прогнозы о работе предприятия из следующих отчетов:

1. Исполнение плана закупок.
2. Исполнение плана продаж.
3. Исполнение плана производства.
4. Исполнение плана сборки (разборки).
5. Плановая потребность в видах РЦ.
6. Плановая потребность в материалах.
7. Плановая потребность в полуфабрикатах.
8. Плановая потребность в трудовых ресурсах.
9. Сбалансированность планов.

Этапы прогнозирования

Процесс прогнозирования проходит в несколько этапов:

1. Определение цели составления прогноза и постановка конкретных задач. Помимо этого, определяется состав рабочей команды, формулируются задания для них, определяется информационная составляющая (источники данных, какие сведения необходимы).
2. Проведение анализа: определяются критерии оценки, качественные и количественные показатели, анализируются внутренние и внешние условия.
3. Выбор метода прогнозирования. Начиная от момента сбора необходимых данных, до проведения анализа, расчетов, экспертных оценок.
4. Аналитическая оценка полученных результатов.
5. Принятие управленческих решений, разработка рекомендаций на основе полученного прогноза.

В экономике существует несколько классификаций методов прогнозирования.

По признаку оценки

Выделяют качественные и количественные методы. Качественные – это, как правило, экспертные оценки, основанные на суждениях и умозаключениях, когда отсутствуют ретроспективные данные для расчетов.

Количественные подразумевают возможность проведения расчетов на основе числовых показателей прошлых и текущего периодов. Базируются на математических методах.

По информационной составляющей

Статические (или формализованные) основаны на использовании сведений о динамике развития явления, наиболее достоверны, имеют короткие сроки выполнения, точность расчетов, минимизируют проблемы при сборе и оценке сведений.

Интуитивные методы основаны на проведении аналогий, оценке имеющихся закономерностей. Необходимость экспертной оценки в

соответствующей области. Оцениваются схожие процессы и явления.

По степени охвата задач

Все методы прогнозирования можно условно разделить на общие и специализированные методы. Общие методы применимы для широко спектра проблем и могут применены в различных сферах деятельности. Специализированные методы ориентированы на определенную сферу деятельности и не могут быть применены в иных целях, поскольку не дадут достоверных и точных результатов, либо же необходимы специфические вводные данные.

Характеристика методов прогнозирования

К основным методам относят те, которые можно нашли широкое применение во многих отраслях.

Метод экстраполяции

Часто применяется в продажах. Также называется методом аналогии. Заключается в изучении прошлого опыта, полученные результаты переносятся на будущее. Выявляется общая закономерность, которая независима во времени, сохраняется в долгосрочной перспективе и данные оценки можно проецировать на будущие результаты. Однако следует учитывать несколько нюансов: сезонность продаж некоторых категорий товаров, циклические колебания экономики, уровень инфляции, макроэкономическую среду, влияние внешней среды.

Метод экспертных оценок

Применяется, когда нет возможности провести математические расчеты – например, отсутствуют числовые показатели для оценки в динамике за несколько периодов, в случае нестандартных ситуаций, когда необходима профессиональная оценка опытного эксперта. Основывается на интуитивной оценке на субъективной основе, на проведении тестирования или опроса с последующей оценкой полученных результатов. Минусом можно считать субъективность оценки эксперта, возможный недостаток квалификации и знаний и низкое качество знания проблемы. Достоверность

прогноза проверить невозможно, особенно если эксперты не обладают достаточным объемом информации.

Если привлекается один эксперт, то применяются методы построения сценария, интервьюирование, анкетирование. При привлечении команды специалистов используют мозговой штурм, совещания, метод Дельфи, ситуационный анализ.

Моделирование

Связан с построением моделей на основе оценки данных конкретных объектов или явлений, их аналогов. Итогом служит макет, чертеж, формула, схема. Прежде, чем принимать управленческое решение в реальном мире, можно спроецировать его результат на модель. При необходимости в конечную модель вносятся коррективы. Таким образом, повышается шанс избежать неудачного результата, повысить эффективность управленческих решений. Из недостатков – сложности расчета, однако привлечение компьютерных программ значительно упрощает механизм расчета.

Построение матрицы

Матрица представляет специальную таблицу, в которой целевая функция разбивается на несколько функций следующего уровня. Размер матрицы определяется, исходя из перечня подцелей. Исследуемое явление или объект зависят от множества факторов, которые разбиваются на группы по однородному признаку. Эти группы ранжируются по определенному критерию и далее оценивается влияние друг на друга, а также на конечную цель/результат. При оценке применяется балльная система (например, от 1 до 10).

Статистические методы

Данная группа включает методы средних и относительных величин, индексный метод, группировки, построение графиков, корреляционный анализ. Общий фактор – проведение математических расчетов на основе числовых показателей за прошлые и текущий периоды. Эти методы являются наиболее точными при условии полноты и достоверности исходных

сведений.

Метод сценариев

Применяется при принятии управленческих решений для оценки вероятностного наступления того или иного события и возможных результатов. При этом анализируется действие управленческого решения на конечный прогнозируемый результат, часто с привлечением экспертов или использованием математических расчетов.

Проблемы прогнозирования

Прогнозирование в бизнесе – это всегда попытка предсказать исход события, однако это жизненно важный процесс, поскольку он дает возможность планировать деятельность предприятия. Тем не менее, существуют некоторые проблемы, которые необходимо учитывать:

1. Устаревшие данные. Все сведения, применяемые для расчета, будут считаться историческими, и нет никаких гарантий, что аналогичные тенденции сохраняться в будущем.

2. Невозможно учесть абсолютно все факторы, которые смогут повлиять на будущие прогнозные результаты. Так, нельзя предсказать результаты биржевых торгов, рост уровня инфляции, ключевых ставок, процентов по кредитам и вкладам и т.д.

3. Существует риск не принять во внимание фактор, который в настоящее время является незначительным или отсутствует вовсе, но уже завтра его влияние окажется значимым и повлияет на итоговый прогнозируемый результат.

Как выбрать подходящий метод

Выбор методов прогнозирования в бизнесе зависит от его целей, наличия и качества исходной информации, опыта экспертов и технических возможностей. Краткосрочные прогнозы не требуют применения большого количества методов или привлечения большого количества специалистов. Для них важна оперативность. В долгосрочной перспективе составление прогноза требует большого числа методов с применением компьютерного

моделирования, математических и статистических расчетов.

На практике, при выборе метода следует учитывать несколько моментов:

1. Наибольшая точность и достоверность составления прогноза.
2. Сроки составления и период прогноза.
3. Сокращение затрат на процесс прогнозирования.

Проблема выбора заключается в том, что методов очень много, в них сложно ориентироваться, и трудно подобрать те, которые полностью удовлетворяют целям составления прогноза. Сложность объектов прогнозирования повышается, увеличивается число факторов, влияющие на итоговый ожидаемый результат, необходимо оценивать как внешнюю, так и внутреннюю среду.

Успех составления прогноза зависит от качества, полноты и достоверности исходных данных. При отсутствии информации прогнозирование может стать невозможным.

Результаты прогнозирования должны быть простыми и удобными для анализа и использования, быть своевременными и максимально точными, надежными (дающими наибольшую вероятность достижения).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Цель учебной практики заключалась в том, чтобы рассмотреть методологические основы российской фирмы и разработать применительно к условиям ЗАО Центр «Содействие» Электрическая лаборатория

В течение прохождения учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков) было выполнено :

- ознакомление с организационной структурой предприятия; изучить основные направления его деятельности;
- изучение деятельностью подразделений соответствующей организации
- изучены виды работ, осуществляемых в организации на предприятии по месту прохождения практики.

Изучение основных вопросов работы организаций начинается:

- с общей характеристики организации или компании;
- с изучения содержания Устава организации, учреждения или компании и нормативных документов по его образованию и функционированию;
- со знакомства с организационной структурой организации, учреждения или компании, уровнем его специализации и функциями отдельных подразделений, а также с составом клиентов, видами деятельности и оказываемыми услугами.

В период прохождения учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков) в организациях или компаниях перед обучающимся ставятся следующие основные задачи:

- анализ основных направлений деятельности организации – базы практики, показатели ее производственно-хозяйственной, коммерческой и финансовой деятельности, выявление проблем в управлении организацией (подразделением, персоналом), которые прямо или косвенно являются причинами неудовлетворительных показателей в работе организации;
- анализ процесса управления организацией (подразделением,

персоналом), его влиянию на результаты деятельности организации, разработка проектных предложений по совершенствованию системы управления организацией (подразделением).

Обучающиеся в период прохождения учебной практики (практики по получению первичных профессиональных умений и навыков) научились:

- составлять аналитические таблицы, характеризующие деятельность соответствующих организаций или компаний и их подразделений;
- прогнозировать эффективность деятельности организации или компании в соответствии с принятыми решениями;
- эффективно использовать автоматизированное рабочее место и новые информационные технологии;
- вести деловые переговоры и оказывать консультационные услуги.

Учебная практика была изучена в полном объеме на предприятии ЗАО Центр «Содействие» Электрическая лаборатория в период с 13.07.2020г. по 26.07.2020г.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агеева О.А., Серебренников С.С., Харитонов С.С. Основы бухгалтерского учета и анализа – Спб.: Питер, 2021. – 448 с.
2. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М. Магомедов. – М.: Дашков и К, 2020. – 292 с.
3. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / Е.Ю. Алексейчева, М.Д. Магомедов. – М.: Дашков и К, 2020. – 292 с.
4. Алексейчева, Е.Ю. Экономика организации (предприятия): Учебник для бакалавров / М.Д. Магомедов. – М.: Дашков и К, 2020. – 292 с.
5. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. – М.: Дашков и К, 2020. – 240 с.
6. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник для бакалавров / Т.И. Арзуманова, М.Ш. Мачабели. – М.: Дашков и К, 2020. – 240 с.
7. Барышникова, Н.А. Экономика организации: Учебное пособие для СПО / Н.А. Барышникова, Т.А. Матеуш, М.Г. Миронов. – Люберцы: Юрайт, 2020. – 191 с.
8. Баскакова, О.В. Экономика предприятия (организации): Учебник / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. – М.: Дашков и К, 2019. – 372 с.
9. Григорьева, Т.И. Финансовый анализ для менеджеров: оценка, прогноз: Учебник. 3-е изд., пер. и доп. / Т.И. Григорьева. – Люберцы: Юрайт, 2020. – 486 с.
10. Каморджанова Н.А., Карташова И.В. Бухгалтерский финансовый учет – Спб.: Питер, 2019. – 480 с.
11. Казакова, Н.А. Финансовый анализ.учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н.А. Казакова. — Люберцы: Юрайт, 2020. — 470 с.
12. Кондраков Н.П. Бухгалтерский (финансовый, управленческий)

учет / Н.П. Кондраков – М.: Проспект, 2021. – 512 с.

13. Клочкова, Е.Н. Экономика организации: Учебник для СПО / Е.Н. Клочкова, В.И. Кузнецов, Т.Е. Платонова. – Люберцы: Юрайт, 2020. – 447 с.

14. Коршунов, В.В. Экономика организации (предприятия): Учебник и практикум / В.В. Коршунов. – Люберцы: Юрайт, 2020. – 407 с.

15. Коршунов, В.В. Экономика организации: Учебник и практикум для СПО / В.В. Коршунов. – Люберцы: Юрайт, 2020. – 407 с.

16. Мокий, М.С. Экономика организации: Учебник и практикум. / М.С. Мокий. – Люберцы: Юрайт, 2020. – 334 с.

17. Сергеев, И.В. экономика организации (предприятия): Учебник и практикум для прикладного бакалавриата / И.В. Сергеев, И.И. Веретенникова. – Люберцы: Юрайт, 2019. – 511 с.

18. Третьяк, Л.А. Экономика сельскохозяйственной организации: Учебное пособие / Л.А. Третьяк, Н.С. Белкина. – М.: Дашков и К, 2019. – 396 с.

19. Чайников, В.В. Экономика предприятия (организации): Учебное пособие / В.В. Чайников, Д.Г. Лапин. – М.: ЮНИТИ, 2019. – 439 с.

20. Чалдаева, Л.А. Экономика организации: Учебник и практикум для СПО / Л.А. Чалдаева. – Люберцы: Юрайт, 2020. – 435 с.

21. Шаркова, А.В. Экономика организации: Практикум для бакалавров / А.В. Шаркова, Л.Г. Ахметшина. – М.: Дашков и К, 2020. – 120 с.1