

государственное автономное учреждение
Калининградской области
профессиональная образовательная организация
«КОЛЛЕДЖ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА»

УТВЕРЖДАЮ
Директор ГАУ КО
«Колледж
предпринимательства»
Л.Н. Кошцева
2019 г.



ПРОГРАММА
профессионального обучения
по должности служащего
20004 Агент коммерческий

Программа профессионального обучения разработана на основе установленных квалификационных требований Единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих, утвержденного Приказом Министерства здравоохранения и социального развития Российской Федерации (Минздравсоцразвития России) от 26 августа 2010 г. N 761н и Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 мая 2015 года № 277н «Об утверждении единого квалификационного справочника должностей руководителей, специалистов и служащих».

Организация-разработчик: государственное автономное учреждение Калининградской области профессиональная образовательная организация «Колледж предпринимательства»

Программа профессионального обучения рекомендована методическим объединением преподавателей общепрофессиональных дисциплин и профессиональных модулей профессионального цикла отделения Предпринимательства.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Общие положения

- 1.1. Нормативно-правовые основы разработки программы профессионального обучения
- 1.2. Общая характеристика программы профессионального обучения
- 1.3. Нормативный срок освоения программы профессионального обучения
- 1.4. Требования к кандидату на обучение

2. Характеристика профессиональной деятельности и требования к результатам освоения программы профессионального обучения

- 2.1. Область и объекты профессиональной деятельности
- 2.2. Квалификационная характеристика профессиональной деятельности

3. Содержание и организация образовательного процесса

- 3.1. Учебный план
- 3.2. Календарный учебный график
- 3.3. Аннотации программ учебных дисциплин

4. Материально-техническое обеспечение реализации программы профессионального обучения

5. Оценка результатов освоения программы профессионального обучения

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Нормативно-правовые основы разработки программы профессионального обучения

Программа профессионального обучения разработана в соответствии с требованиями:

- Федерального закона от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»;
- Федерального государственного образовательного стандарта среднего профессионального образования по специальности 38.02.04 Коммерция (по отраслям);
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 18 апреля 2013 года № 292 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по основным программам профессионального обучения»;
- Приказа Министерства образования и науки Российской Федерации от 2 июля 2013 года № 513 «Об утверждении перечня профессий рабочих, должностей служащих, по которым осуществляется профессиональное обучение»;
- Приказа Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 7 мая 2015 года № 277н «Об утверждении Единого тарифно-квалификационного справочника работ и профессий рабочих»;
- Письма Министерства образования и науки Российской Федерации от 28 августа 2015 года № АК-2563/05 «О методических рекомендациях по сетевым формам образовательных программ»;
- Письма Министерства образования и науки Российской Федерации от 5 декабря 2017 года № 06-1793 «О методических рекомендациях по организации прохождения обучающимися профессионального обучения одновременно с получением среднего общего образования, в том числе, с использованием инфраструктуры профессиональных образовательных организаций»;
- Устава ГАУ КО «Колледж предпринимательства».

1.2. Общая характеристика программы профессионального обучения

Программа профессионального обучения регламентирует цели, планируемые результаты, содержание образовательной деятельности по должности служащего 20004 Агент коммерческий.

Целью реализации программы является формирование общих и профессиональных компетенций, обеспечивающих получение соответствующей квалификации по должности служащего 20004 Агент коммерческий.

Типы занятий по программе профессионального обучения определяются как теоретические, практические, комбинированные.

Наполняемость учебной группы составляет от 20 до 30 человек.

При проведении практических занятий группа делится на подгруппы в количестве 10 – 15 человек.

Продолжительность учебного часа теоретических и практических занятий составляет 45 минут.

Профессиональное обучение завершается итоговой аттестацией в форме сдачи квалификационного экзамена в установленном порядке.

1.3. Нормативный срок освоения программы профессионального обучения

Нормативный срок освоения программы профессионального обучения по должности служащего 20004 Агент коммерческий профессии рабочего составляет 14 месяцев, трудоемкость программы – **454 часа**.

1.4. Требования к кандидату на обучение

К освоению программы профессионального обучения допускаются лица различного возраста, в том числе не имеющие основного общего или среднего общего образования, включая лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Лица с ограниченными возможностями здоровья при поступлении на обучение должны предоставить заключение психолого – медико – педагогической

комиссии с рекомендациями об обучении по данной профессии рабочего, содержащее информацию о создании необходимых специальных условий обучения по данной программе профессионального обучения.

Инвалиды при поступлении на обучение должны представить индивидуальную программу реабилитации инвалида с рекомендациями об обучении по данной профессии рабочего, содержащую информацию о необходимых специальных условиях обучения, а также сведения относительно рекомендованных условий и видов профессиональной деятельности

2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

2.1. Область и объекты профессиональной деятельности

Область профессиональной деятельности:

- выполнение работ по установлению контакта между производителями услуг, товаров и их потребителями

Объектами профессиональной деятельности являются:

- товары, производимые и/или реализуемые в производственных, обслуживающих организациях;
- услуги, оказываемые организациями.

2.2. Квалификационная характеристика профессиональной деятельности

Агент коммерческий

Характеристика работ:

Изучение и прогнозирование спроса.

Установление хозяйственных связей с поставщиками товаров (услуг). Заключение договорных отношений.

Разработка и внедрение мероприятий по стимулированию продаж товаров (услуг).

Осуществление рационального товароснабжения на предприятии.

Агент коммерческий

Должен знать:

составные элементы маркетинговой деятельности: цели, задачи, принципы, функции, объекты, субъекты;

основные законы рынка, типологию покупателей, методы и этапы маркетинговых исследований, ценовую политику, жизненный цикл товара;

теоретические основы товароведения потребительских товаров;

основы правового регулирования хозяйственной деятельности предприятия;

бухгалтерский учет, осуществление расчетных операций, учет товарно-материальных ценностей.

Виды деятельности, профессиональные и общие компетенции

Выполнение работ по установлению контакта между производителями услуг, товаров и их потребителями

Профессиональные компетенции

Использовать методы маркетинговых исследований для анализа и формирования потребительского рынка отдельных видов товаров (услуг).

Осуществлять ценовую и сбытовую политику предприятия.

Заключать договорные отношения с поставщиками.

Осуществлять организацию рационального товароснабжения на предприятии.

Проводить анализ результатов торгово-сбытовой деятельности, производить расчеты показателей эффективности коммерческой деятельности.

Общие компетенции

Понимать сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

Организовывать собственную деятельность, выбирать типовые методы и способы выполнения профессиональных задач, оценивать их эффективность и качество.

Принимать решения в стандартных и нестандартных ситуациях и нести за них ответственность.

Осуществлять поиск и использование информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач, профессионального и личностного развития.

Использовать информационно-коммуникационные технологии в профессиональной деятельности.

Работать в коллективе и в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, потребителями.

Самостоятельно определять задачи профессионального и личностного развития, заниматься самообразованием, осознанно планировать повышение квалификации.

Вести здоровый образ жизни, применять спортивно-оздоровительные методы и средства для коррекции физического развития и телосложения.

Пользоваться иностранным языком как средством делового общения.

Логически верно, аргументировано и ясно излагать устную и письменную речь.

Обеспечивать безопасность жизнедеятельности, предотвращать техногенные катастрофы в профессиональной деятельности, организовывать, проводить и контролировать мероприятия по защите работающих и населения от негативных воздействий чрезвычайных ситуаций.

Соблюдать действующее законодательство и обязательные требования нормативных документов, а также требования стандартов, технических условий.

3. СОДЕРЖАНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

3.1. Учебный план

№ п/п	Наименование дисциплин, практик	Форма промежуточной аттестации	Количество часов		
			ВСЕГО	Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	
				теоретическое обучение	практические занятия
1	2	3	4	5	6
1.	Выполнение работ по установлению контакта между производителями услуг, товаров и их потребителями (в рамках договора о сетевом взаимодействии)	ДЗ	204	72	132
2.	Правовое обеспечение профессиональной деятельности	ДЗ	16	10	6
3.	Информационные технологии в профессиональной деятельности	ДЗ	20	4	16
4.	Менеджмент	ДЗ	10	6	4
5.	Основы предпринимательской деятельности	ДЗ	10	6	4
6.	Стандартизация, метрология и подтверждение соответствия	ДЗ	8	6	2
7.	Учебная практика	ДЗ	108	0	108
8.	Производственная практика	ДЗ	72	0	72
9.	Итоговая аттестация (квалификационный экзамен)		6	0	6
10.	ИТОГО:		454	104	350

3.2. Календарный учебный график

10 класс 1 полугодие

88 часов теоретического обучения, в т.ч.

64 часа - в рамках договора о сетевом взаимодействии

Месяц	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь		
Неделя	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
	-	-	Т	Т	Т	Т	Т	Т	Т	К	-	Т	Т	Т	Т	-	-	К	К
Количество часов	-	-	8	8	8	8	8	8	8		-	8	8	8	8	-	-		
в т.ч. в рамках договора	-	-	4	4	4	4	8	8	8		-	4	4	8	8	-	-		

10 класс 2 полугодие

224 часа: 116 часов теоретического обучения и 108 часов учебной практики, в т.ч.

76 часов - в рамках договора о сетевом взаимодействии

Месяц	Январь		Февраль				Март				Апрель				Май			Июнь						
Неделя	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43
	-	Т	Т	Т	Т	Т	Т	-	Т	Т	Т	К	Т	Т	Т	-	-	Т	Т	Т	У	У	У	К
Количество часов	-	8	8	8	8	8	4	-	8	8	8		8	8	8	-	-	8	8	8	36	36	36	
в т.ч. в рамках договора	-	4	4	4	4	4	-	-	4	4	4		4	8	8	-	-	8	8	8				

11 класс 1 полугодие

142 часа: 64 часа теоретического обучения, 72 часа производственной практики и 6 часов квалификационный экзамен, в т.ч.

64 часа - в рамках договора о сетевом взаимодействии

Месяц	Сентябрь				Октябрь				Ноябрь				Декабрь				Январь		
Неделя	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
	-	-	Т	Т	Т	-	Т	Т	Т	К	-	Т	Т	-	П	П	КЭ	К	К
Количество часов	-	-	8	8	8	-	8	8	8		-	8	8	-	36	36	6		
в т.ч. в рамках договора	-	-	8	8	8	-	8	8	8		-	8	8	-		-	-		

Условные обозначения: Т – теоретические занятия; У – учебная практика; П – производственная практика;

КЭ – квалификационный экзамен; К – каникулы

3.3. Аннотации программ учебных дисциплин

Рабочая программа учебной дисциплины Выполнение работ по установлению контакта между производителями услуг, товаров и их потребителями

Тематический план

Наименование разделов и тем	Количество часов	Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	
		теоретическое обучение	практические занятия
1	2	3	4
Раздел 1. Техническое оснащение торговых организаций и охрана труда	24	8	16
Тема 1 Гигиена труда, личная гигиена и производственная санитария. Санитарно-гигиенический режим и контроль	2	1	1
Тема 2 Обеспечение безопасных условий и охраны труда	4	1	3
Требования безопасности, предъявляемые к торговому оборудованию	2	1	1
Тема 3 Торговое оборудование	12		3
Мебель и инвентарь для торговых предприятий	2	1	1
Весомизмерительное оборудование	2	1	1
Измельчительно-режущее и упаковочное оборудование	4	1	3
Контрольно-кассовые машины	4	1	3
Раздел 2. Формирование и управление ассортиментом товаров	72	24	48
Тема 1. Теоретические основы товароведения	18	6	12
Предмет, объекты и задачи товароведения. Принципы и методы товароведения	2	2	-
Средства товарной информации	2	-	2
Маркировка товаров	2	-	2
Информационные обозначения и штриховое кодирование	2	-	2
Классификация и ассортимент товаров. Свойства и показатели ассортимента	2	2	-

1	2	3	4
Потребительские свойства товаров	2	2	
Химический состав и свойства товаров. Свойства материалов и изделий	2	-	2
Качество товаров. Оценка качества. Экспертиза качества товаров	2	-	2
Количественная характеристика товаров Обеспечение качества и количества товаров. Товарные потери	2	-	2
Тема 2 Товароведение продовольственных товаров	24	8	16
Зерномучные товары	4	1	3
Вкусовые товары	4	2	2
Крахмал, сахар, мёд	4	2	2
Кондитерские изделия	4	1	3
Молочные товары	4	1	3
Пищевые концентраты	4	1	3
Тема 3. Товароведение непродовольственных товаров	30	10	20
Классификация и групповая характеристика ассортимента парфюмерных товаров	6	2	4
Классификация и групповая характеристика ассортимента косметических товаров	6	2	4
Классификация и групповая характеристика ассортимента товаров бытовой химии	6	2	4
Классификация и групповая характеристика ассортимента электробытовых товаров	6	2	4
Классификация и групповая характеристика ассортимента товаров народных художественных промыслов	6	2	4
Раздел 3 Организация товародвижения и товароснабжения в торговле	36	14	22
Тема 1 Сущность, порядок регулирования хозяйственных связей, назначение, содержание коммерческих договоров	6	2	4
Поиск поставщиков	2	1	1
Заключение договоров	4	1	3
Тема 2 Основы построения процесса товародвижения	6	2	4
Понятие и сущность процесса товародвижения. Факторы, влияющие на процесс товародвижения	2	1	1
Каналы и уровни товародвижения	4	1	3
Тема 3 Сущность и принципы рациональной организации товароснабжения	8	3	5
Источники и формы снабжения	2	2	-
Порядок разработки рациональных схем завоза товаров	6	1	5
Тема 4 Организация технологического процесса	16	7	9
Технология поступления и разгрузки товаров	2	1	1
Приемка товаров по количеству и качеству	6	2	4
Технология размещения и хранения товаров	4	2	2

1	2	3	4
Управление технологическим процессом	4	2	2
Раздел 4 Проведение экономической и маркетинговой деятельности	36	12	24
Тема 1. Организация в условиях рынка	3	2	1
Введение в дисциплину. Типы экономических систем	1	1	-
Производственная структура организации	2	1	1
Тема 2. Материально-техническая база организации	6	2	4
Основные средства	3	1	2
Оборотные средства	3	1	2
Тема 3. Кадры предприятия и оплата труда	5	1	4
Понятие трудовых ресурсов организации	3	1	2
Оплата труда	2	-	2
Тема 4. Основные технико-экономические показатели деятельности организации	4	1	3
Издержки производства	2	1	1
Прибыль и рентабельность	2	-	2
Тема 5 Понятие маркетинга: принципы, функции, цели	1	1	-
Тема 6 Сегментация рынка	4	1	3
Критерии и признаки сегментации	2	1	1
Выбор целевого сегмента	2	-	2
Тема 8 Товар и товарная политика	4	2	2
Классификация товаров	1	1	-
Концепция жизненного цикла товаров	3	1	2
Тема 9 Маркетинговые коммуникации	4	1	3
Реклама	3	1	2
ФОССТИС	1	-	1
Тема 10 Маркетинговые исследования	6	1	5
Виды, типы маркетинговых исследований	3	1	2
Схема маркетинговых исследований	3	-	3
Раздел 5 Анализ результатов торгово-сбытовой деятельности	36	14	22
Тема 1. Ресурсное обеспечение торгового предприятия	5	2	3
Виды обеспечения торговой деятельности	2	1	1
Анализ имущественного, финансового обеспечения торгового предпринимательства	3	1	2
Тема 2. Расходы и себестоимость продукции	5	2	3
Расходы, способы их классификации и группировки	2	1	1
Способы формирования себестоимости продукции.	2	1	1
Основные показатели себестоимости продукции	1	-	1

1	2	3	4
Тема 3. Определение результатов торговой деятельности	6	2	4
Прибыль как цель предпринимательской деятельности. Формирование и распределение прибыли.	3	1	2
Экономическая и бухгалтерская прибыль. Формирование балансовой прибыли	3	1	2
Тема 4. Определение результатов торгово-сбытовой деятельности	6	2	4
Выручка. Способы формирования	3	1	2
Расчет выручки	3	1	2
Тема 5. Анализ финансовых результатов деятельности организации	6	2	4
Формирование и расчет показателей прибыли от продаж, чистой прибыли, структуры прибыли. Факторы, влияющие на прибыль. Рентабельность и ее виды	3	1	2
Расчет рентабельности, определение факторов, влияющих на рентабельность	3	1	2
Тема 6. Оценка финансового состояния и деловой активности организации	8	4	4
Финансовое состояние предприятия. Оценка структуры, состава собственных средств предприятия. Оценка имущественного положения	8	4	4
ВСЕГО	204	72	132

Рабочая программа учебной дисциплины
Правовое обеспечение профессиональной деятельности

Тематический план

Наименование разделов и тем	Количество часов	Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	
		теоретическое обучение	практические занятия
Тема 1. Основы конституционного права Российской Федерации	4	3	1
Конституция РФ – основной закон государства. Основы конституционного строя Российской Федерации.	2	2	0
Права и свободы человека и гражданина, механизмы их реализации.	2	1	1
Тема 2. Право и экономика	4	3	1
Правовое регулирование экономических отношений.	1	1	0
Право собственности. Организационно-правовые формы юридических лиц.	2	1	1
Законодательные акты и другие нормативные документы, регулирующие правоотношения в процессе профессиональной деятельности.	1	1	0
Тема 3. Основы трудового права Российской Федерации	6	3	3
Трудовое право как отрасль права. Трудовой договор. Материальная ответственность сторон трудового договора.	2	1	1
Трудовая дисциплина. Правила оплаты труда.	2	1	1
Трудовые споры. Защита нарушенных прав.	2	1	1
Тема 4. Основы административного права	2	1	1
Административные правонарушения и административная ответственность.	2	1	1
ВСЕГО	16	10	6

Рабочая программа учебной дисциплины
Информационные технологии в профессиональной деятельности

Тематический план

Наименование разделов и тем	Количество часов	Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	
		теоретическое обучение	практические занятия
Общее описание компьютерной техники, необходимой для установки и использования, согласно техническим требованиям, продуктам 1С	2	2	-
История создания и современное состояние программных продуктов 1С	2	2	-
Установка и первичная настройка "1С склад", знакомство с основными компонентами	2	-	2
Создание предприятия, введение начальных остатков, знакомство со справочной системой	2	-	2
Настройка параметров учета, настройка торгового оборудования, настройка параметров системы	2	-	2
Создание дополнительных складов, приход ТМЦ, реализация ТМЦ, складские операции	2	-	2
Комплектация и разукрупнение, переоценка, корректировка долга контрагента	2	-	2
Отчеты, общие методы работы с отчетами, оперативные, аналитические и бухгалтерские отчеты	2	-	2
Групповая обработка документов, Удаление помеченных объектов, удаление склада	2	-	2
Выручка в 1С Бухгалтерию, восстановление данных	2		2
ВСЕГО	20	4	16

Рабочая программа учебной дисциплины

Менеджмент

Тематический план

Наименование разделов и тем	Количество часов	Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	
		теоретическое обучение	практические занятия
Тема 1. Сущность и характерные черты современного менеджмента	3	2	1
Понятие менеджмента, основные организационные структуры управления	3	2	1
Тема 2. Коммуникации в менеджменте	3	2	1
Виды коммуникаций, элементы и этапы коммуникационного процесса	2	2	1
Тема 3. Деловое общение	2	1	1
Правила ведения деловых бесед	2	1	1
Тема 4. Процесс принятия решения	2	1	1
Этапы процесса принятия и реализации управленческого решения	2	1	1
Всего	10	6	4

Рабочая программа учебной дисциплины
Основы предпринимательской деятельности

Тематический план

Наименование разделов и тем	Количество часов	Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	
		теоретическое обучение	практические занятия
Тема 1. Понятие и содержание предпринимательской деятельности	3	2	1
Экономические, социальные и правовые условия, необходимые для формирования предпринимательства	3	2	1
Тема 2. Объекты, субъекты и цели предпринимательства	3	2	1
Основные принципы создания и функционирования индивидуальной предпринимательской деятельности	2	2	1
Тема 3. Понятие и виды предпринимательской среды	2	1	1
Определение внутренней и внешней предпринимательской среды	2	1	1
Тема 4. Предпринимательские риски, способы их снижения	2	1	1
Понятие предпринимательского риска и его характеристики	2	1	1
Всего	10	6	4

**Рабочая программа учебной дисциплины
Стандартизация метрология и подтверждение соответствия**

Тематический план

Наименование разделов и тем	Количество часов	Нагрузка во взаимодействии с преподавателем	
		теоретическое обучение	практические занятия
Тема 1. Основы метрологии	3	2	1
Основные понятия метрологии. Виды, методы, средства измерений	2	2	0
Перевод внесистемных единиц измерений в единицы Международной системы СИ	1	0	1
Тема 2. Основы стандартизации	3	2	1
Основные принципы и методы стандартизации	1	1	0
Информационное обеспечение стандартизации. Изучение и применение видов, категорий, содержания стандартов	2	1	1
Тема 3. Основы управления качеством продукции	2	2	0
Основные понятия в области оценки и подтверждения соответствия, системы качества	1	1	0
Формы сертификации. Знаки соответствия	1	1	0
ВСЕГО	8	6	2

Рабочая программа учебной практики

Тематический план

№ п/п	Содержание тем	Количество часов
1	Оформление документов для регистрации предприятия	6
2	Квалификационные характеристики контролера-кассира. Обязанности контролера-кассира. Оборудование рабочего места кассира	6
3	Определение платежеспособности государственных денежных знаков	6
4	АМС-100Ф. Подготовка ККТ в начале смены, обслуживание покупателей, закрытие смены	6
5	Распознавание и анализ ассортимента парфюмерных товаров	6
6	Распознавание и анализ ассортимента косметических товаров	6
7	Распознавание и анализ ассортимента товаров бытовой химии	6
8	Изучение ассортимента различных групп продовольственных товаров	6
9	Распознавание видов образцов, товарного сорта, качества продовольственных товаров	6
10	Приемка товаров по количеству и качеству. Оформление товаросопроводительных документов	6
11	Изучение спроса на продовольственные и непродовольственные товары. Анализ анкетирования	6
12	Составление рекламы товара и рекламных ценников	6
13	Оформление выкладки продовольственных и непродовольственных товаров (по предложенным образцам) на торговом оборудовании	6
14	Деловые переговоры. Решение ситуационных задач	6
15	Проведение анализа результатов торгово-сбытовой деятельности	6
16	Расчет себестоимости продукции, группировка расходов предприятия, калькуляция	6
17	Определение результатов торговой деятельности (расчет и распределение прибыли, формирование выручки)	6
18	Расчет коэффициентов финансовой устойчивости. Расчет рентабельности продаж	6
	ВСЕГО	108

Рабочая программа производственной практики

Тематический план

№ п/п	Содержание тем	Количество часов
1	Анализ рынка предложенной группы товаров, выпускаемой производителями Калининграда (Калининградской обл.).	6
2	Анализ рынка предложенной группы товаров, реализуемой оптовыми и розничными предприятиями Калининграда (Калининградской обл.).	6
3	Товароведная характеристика предложенной группы товаров: - виды, разновидности данного товара; - потребительские свойства этого товара (например, функциональное назначение)	6
4	Изучение покупательского спроса на выбранную группу товаров (анкетирование)	6
5	Анализ конкурентов (торговые предприятия, расположенные в шаговой доступности и реализующие данную группу товаров)	6
6	Выбор поставщиков и организация поставки товаров	6
7	Составление договора поставки. Составление спецификаций на поставку товаров и других сопроводительных документов.	6
8	Приемка группы товаров и организация хранения	6
9	Планирование размещения и выкладки товаров в торговом зале	6
10	Расчет основных экономических показателей деятельности предприятия. Мероприятия по увеличению продажи данного товара	6
11	Разработка и составление презентации по результатам исследований	6
12	Защита презентаций	6
	ВСЕГО	72

Тест квалификационного экзамена
MyTestXPro

Тестируемый: _____ Дата: _____

- 1. Факторы окружающей внешней макросреды розничного торгового предприятия - это**
 - А. покупатели
 - Б. конкуренты
 - В. закон «О защите прав потребителей»
 - Г. контактные аудитории

- 2. Контактные аудитории - это...**
 - А. СМИ
 - Б. внутренняя среда предприятия
 - В. консалтинговые фирмы
 - Г. международное окружение

- 3. Торговая площадь гипермаркетов не менее.**
 - А. 100 м²
 - Б. 400 м²
 - В. 650 м²

 - Г. 5000 м²

- 4. Индивидуальное обслуживание покупателей предполагает...**
 - А. выкладку запасов товаров на рабочем месте продавца.
 - Б. выкладку образцов товаров в торговом зале.
 - В. предварительные заказы на товар
 - Г. продажу товаров по каталогу

- 5. Товарная функция маркетинг розничного торгового предприятия включает.**
 - А. закупку товаров
 - Б. организацию торговли
 - В. анализ внутренней среды предприятия
 - Г. исследование рынка

- 6. Демографические признаки сегментации рынка розничного торгового предприятия - это.**
 - А. возрастные категории
 - Б. уровень доходов

- В. образование
- Г. стиль жизни

7. Социально-экономические признаки сегментации рынка розничного торгового предприятия - это...

- А. тип личности
- Б. уровень доходов
- В. возрастные категории
- Г. классовая принадлежность

8. Товары - «дойные коровы» в соответствии с матрицей БКГ находятся на следующем этапе жизненного цикла:

- А. разработка
- Б. внедрение
- В. рост
- Г. спад

9. «Привлекательные товары» - это товары

- А. имеющие наибольший объем продаж
- Б. повседневного спроса, часто покупаемые без раздумий
- В. являющиеся для покупателя показателем уровня цен в магазине
- Г. пассивного спроса

10. При формировании торгового ассортимента магазина, ориентированного на дискаунтный формат, необходимо.

- А. подбирать товары с высокой оборачиваемостью
- Б. увеличивать долю товаров группы С
- В. соблюдать приоритет рыночной ценности товара
- Г. уменьшать долю товаров группы А

11. Маркетинговые коммуникации в розничной торговом предприятии включают:

- А. рекламные коммуникации
- Б. разработку нового товара
- В. стимулирование торгового персонала
- Г. оценку конкурентоспособности торгового предприятия

12. На этапе «убеждение и оценка» теории «шаг за шагом» деятель рынка должен воздействовать на покупателя:

- А. познакомить с товаром
- Б. заставить полюбить товар
- В. привлечь внимание к товару

Г. убедить купить товар

13. Наиболее удобная зона выбора товаров - это зона полок, расположенных над уровнем пола на высоте...

- А. 80-110 см.
- Б. 110-160 см.
- В. До 80 см.
- Г. Свыше 180 см.

14. К POS- средствам наружного оформления относятся:

- А. фасадные вывески
- Б. выставочные стенды
- В. вобблеры
- Г. световые конструкции

15. Назначение музыки в торговом зале:

- А. создание благоприятного фона
- Б. привлечение внимание покупателя к исполняемому произведению
- В. создание приятной атмосферы
- Г. демонстрация ритмов современной эстрады

16. Розничное торговое предприятие может устанавливать высокие цены на товары, если.

- А. товар имеет высокий имидж в глазах потребителя
- Б. целевой сегмент не задумывается о цене, и он достаточно велик
- В. оно гарантирует высокий уровень сервиса
- Г. на рынке идет острая конкурентная борьба

17. Стратегия ценового лидерства, основанная на «зазывном» товаре, направлена на

- А. привлечение дополнительных покупателей
- Б. установление высоких цен для выделения магазина среди конкурентов
- В. увеличение объема продаж других товаров
- Г. воздействие на покупателей, нечувствительных к цене

18. Определенный перечень товаров в разрезе групп, подгрупп, видов, разновидностей и других качественных отличительных признаков называется:

- А. широта ассортимента
- Б. ассортимент
- В. товарная номенклатура

Г. все ответы верны

19. К каким факторам формирования товарного ассортимента относятся транспортные условия, техническое оснащение магазина?

- А. общие
- Б. специфические
- В. внутренние
- Г. все ответы верны

20. Рынок покупателя определяет ситуацию, когда на рынке отмечается

- А. большое число потребителей
- Б. превышение предложения над спросом
- В. превышение спроса над предложением

Г. все ответы верны

21. Любая фирма может воздействовать на рынок ...

- А. через модель 4Р
- Б. только рекламой
- В. только ценой

Г. только товаром

22. Стратегия, построенная на предположении, что потребители будут покупать товары (услуги) только наивысшего качества, соответствует маркетинговой концепции.

- А. совершенствования производства
- Б. современного маркетинга
- В. совершенствования товара

Г. все ответы верны

23. Какая концепция утверждает, что желаемого объема продаж нельзя достичь, если отсутствует агрессивная реклама.

- А. совершенствования производства
- Б. совершенствование товара
- В. интенсификации коммерческих усилий

Г. маркетинга

24. По значению исследования цели могут быть.

- А. кабинетные или полевые

- Б. перспективные или текущие
- В. поисковые, описательные или экспериментальные
- Г. все ответы верны

25. В случаях, когда необходимо обеспечить стабильность условий проведения исследования, используются такая форма наблюдения, как...

- А. полевая
- Б. лабораторная
- В. с непосредственным участием исследования
- Г. все ответы верны

26. Закрытые вопросы включают в себя.

- А. источники информации
- Б. возможные варианты ответов
- В. вторичную информацию
- Г. первичную информацию

27. Система анализа маркетинговой информации включает в себя.

- А. базы данных
- Б. систему маркетинговой информации
- В. банк методов и моделей
- Г. все ответы верны

28. Позиционирование товара -это.

- А. определение основных потребительских свойств товара и их сравнение с аналогичными свойствами товара-конкурента для уточнения места товара на рынке
- Б. анализ всего комплекса рыночной политики предприятия в отношении товара
- В. определение потенциальных потребителей товара
- Г. все ответы верны

29. Товары повседневного спроса характеризуются.

- А. распространением через сеть специальных магазинов
- Б. приобретением на большую сумму денег
- В. отсутствием необходимости в дополнительных консультациях продавцов

Г. все ответы верны

30. Понятие «уровни товара» отражает.

- А. наличие нескольких видов упаковки товара
- Б. позиции, с которых рассматриваются характеристики товара
- В. сорт товара, его качество
- Г. все ответы верны

31. Основные задачи витрины как функционального элемента магазина:

- А. участие в формировании торгового ассортимента
- Б. ознакомление с торговым ассортиментом
- В. увеличение торговой зоны
- Г. отражение новых направлений моды

32. POS- средства - это...

- А. стикеры
- Б. реклама в газете
- В. мобайлы
- Г. оценка работы персонала

33. Представление товаров по цветной гамме целесообразно в магазинах:

- А. торгующих продовольственными товарами
- Б. желающих представить товар в больших количествах
- В. торгующих непродовольственными товарами для обеспеченной категории потребителей
- Г. торгующих хозяйственными товарами

34. Чувствительных к цене покупателей можно стимулировать с помощью.

- А. цены
- Б. имиджа торгового предприятия
- В. бренда продавца
- Г. дисконтный карты

35. Цели мерчандайзинга производителя:

- А. увеличение общей прибыли магазина
- Б. поддержание продаж товаров собственных марок
- В. совершенствование торгового ассортимента магазина
- Г. увеличение доли запасов товаров собственных марок в магазине

36. Импульсивная покупка - это покупка...

- А. являющаяся следствием обдуманного решения

- Б. незапланированная, совершенная под влиянием момента
- В. совершаемая после сбора предварительной информации
- Г. вызванная акцией по стимулированию продаж в торговом зале магазина

37. Тактические товары - это товары, которые.

- А. дополняют имеющийся ассортимент.
- Б. способствуют утверждению фирменной марки.
- В. привлекают покупателя своей дешевизной.
- Г. нуждаются в модернизации.

38. Преимущества использования товаров private label для розничного торгового предприятия заключаются в следующем:

- А. увеличении расходов поставщика на продвижение товаров
- Б. возможности снижения розничной цены
- В. увеличение розничной цены
- Г. укреплении имиджа торгового предприятия

39. Поведенческие признаки сегментации рынка розничного торгового предприятия- это.

- А. искомые выгоды
- Б. стиль жизни
- В. место и время покупки
- Г. уровень доходов

40. Группировка покупателей по «статусу пользователя» предполагает определение:

- А. основных выгод, которые потребители ждут от приобретения товара в конкретном магазине
- Б. покупателей, приобретающих товар одной и той же марки
- В. покупателей, не пользующихся товаром
- Г. покупателей, ищущих дешевый товар

41. Покупательная способность потребителя - это.

- А. выявление покупателей, на которых идет дальнейшая ориентация
- Б. диапазон размера покупки в магазине в денежном выражении
- В. лояльность покупателя розничному торговому предприятию
- Г. средняя стоимость покупки при одном посещении

42. Изменение ассортимента товара путем вариации товара означает.

- А. создание комплиментарного (сопутствующего) товара
- Б. создание нового продукта с изменением параметрами наряду со старыми вариантами товара
- В. создание нового продукта взамен старого варианта товара
- Г. все ответы верны

43. Товарная марка предназначена для того, чтобы...

- А. компенсировать недостающее товару качество
- Б. обосновать перед потребителем более высокую цену на товар
- В. дифференцировать товар на рынке среди себе подобных
- Г. все ответы верны

44. Спрос можно считать эластичным, если.

- А. при несущественном снижении цены значительно увеличивается спрос
- Б. при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно
- В. при изменении цены спрос не изменяется
- Г. спрос изменяется независимо от цены

45. Чем отличается стратегия ценообразования, направленная на продажу товаров по низким ценам, от распродажи

- А. длительностью действия
- Б. величиной цены, по которой продается товар
- В. ничем не отличается
- Г. все ответы верны

46. Реклама - это.

- А. неличная коммуникация
- Б. немассовая коммуникация
- В. двухсторонняя коммуникация
- Г. все ответы верны

47. Физическое распределение товара означает.

- А. продажу его через посредников
- Б. транспортировку и хранение
- В. безвозмездную передачу товара клиенту
- Г. все ответы верны

48. Интенсивное распределение товара осуществляется

- А. поставками в сеть специализированных магазинов
- Б. через большое число торговых точек массового назначения
- В. путем поставки товара непосредственно потребителю

Г. все ответы верны

49. Канал распределения - это

- А. способ распространения рекламы
- Б. совокупность организации и или лиц, принадлежащими производителю
- В. с помощью почты
- Г. все ответы верны

50. Принципиальное отличие оптовой торговли от розничной заключается в следующем...

- А. покупателями оптовой торговли не являются частные лица, приобретающие товар для последующей перепродажи
- Б. покупателями оптовой торговли не являются частные лица, приобретающие товар для личного потребления
- В. покупателями оптовой торговли являются только организации

Г. все ответы верны

51. Внутренняя среда организации объединяет.

- А. человеческие ресурсы
- Б. технические ресурсы
- В. коммерческие и финансовые ресурсы

Г. все ответы верны.

52. Какие виды обслуживания применяют в магазине при продаже товаров.

- А. самообслуживание
- Б. через автоматы
- В. все не верно

Г. а и б верно

53. Какое из требований не относится к требованиям эргономики услуги торговли.

- А. уровень освещенности
- Б. уровень шума
- В. требования к персоналу
- Г. требования к товарам надлежащего качества

54. К анализу ассортимента применяется следующий критерий оценки:

- А. срок службы товара
- Б. рентабельность
- В. “проходимость” торговой площади

- Г. количество продавцов

55. Что является объектом обучения.

- А. знания
- Б. навыки
- В. персонал
- Г. поведение

56. Какая из указанных функций не является функцией предпринимательства:

- А. контрольная функция
- Б. ресурсная функция
- В. общеэкономическая функция
- Г. творческо-поисковая (инновационная) функция

57. Что является документом, закрепляющим необходимые условия для реализации коммерческой сделки:

- А. расчет цены товара
- Б. контракт
- В. сертификат о качестве товара
- Г. все ответы верны

58. Какую основную цель ставит перед собой предприниматель:

- А. соблюдение законодательства
- Б. получение прибыли
- В. социальная удовлетворенность работников
- Г. все ответы верны

59. Человек, профессионально осуществляющий организационно-управленческую деятельность это:

- А. предприниматель
- Б. руководитель
- В. менеджер
- Г. все ответы верны

60. Возвращение товаров, вывезенных за границу и забракованных покупателем - это...

- А. импортная операция
- Б. экспортная операция
- В. реимпортная операция
- Г. реэкспортная операция

61. Комплекс маркетинга розничного торгового предприятия - это...

- А. решения по подбору торгового персонала
- Б. ассортиментная, марочная и ценовая политика
- В. проведение маркетинговых исследований
- Г. решения по форме торгового обслуживания

62. Информационно-консультационные услуги включают.

- А. проведение презентаций товаров
- Б. реализация товаров в кредит
- В. прием стеклопосуды
- Г. предоставление информации об услугах магазина

63. Факторы окружающей внешней микросреды розничного торгового предприятия - это.

- А. инфляция
- Б. сезонность
- В. конкуренты
- Г. общечеловеческие ценности

64. Форма торгового обслуживания определяется.

- А. методами продажи товаров
- Б. торговой площадью
- В. дополнительными услугами
- Г. ассортиментом предлагаемых товаров

65. Дополнительные услуги розничного торгового предприятия- это.

- А. формирование ассортимента
- Б. упаковка купленных в магазине товаров
- В. предложение товара покупателю
- Г. организация доставки товаров

66. Цели сегментации рынка розничного торгового предприятия:

- А. обслуживание всех категорий населения
- Б. ориентация на конкретного покупателя
- В. обеспечение рациональности и оптимальности затрат предприятия
- Г. уход от конкурентной борьбы в неосвоенный сегмент рынка

67. Затратный метод ценообразования предполагает определение розничным торговым предприятием цены реализации товара, исходя из...

- А. суммы закупочной стоимости и процента, определяемого готовностью покупателя платить за товар
- Б. суммы закупочной стоимости и фиксированного процента к ней
- В. представления о готовности покупателя платить за товар
- Г. цен конкурентов

68. Предмет анализа цен, ориентированных на покупателя,- это ...

- А. наличие эластичности цен
- Б. ориентация на конкурентов
- В. готовность покупателя платить определенную цену
- Г. исследование конъюнктуры рынка

69. Сильные стороны стратегии высоких/низких цен - это.

- А. предложение одного и того же товара различным сегментам
- Б. возможность ориентации только на один сегмент покупателей
- В. возможность создания «возбуждающей» атмосферы распродаж, привлекающей огромное количество покупателей.
- Г. ориентация на издержки

70. Правильно оформленные и рационально размещенные ценники должны:

- А. соответствовать размеру товара
- Б. располагаться точно над товаром
- В. поставляться производителям вместе с товаром
- Г. читаться без дополнительной консультации продавца

71. С помощью средств мерчандайзинга можно:

- А. использовать методы ценового стимулирования
- Б. увеличить оборот по наиболее выгодной категории товара
- В. улучшить качество товаров
- Г. избежать резких перепадов покупательской активности

72. Отметьте правильную последовательность воздействия на покупателя с помощью формулы AIDA:

- А. интерес, внимание, действие, желание
- Б. желание, интерес, действие, внимание
- В. внимание, желание, интерес, действие
- Г. внимание, интерес, желание, действие

73. Основные процедуры мерчандайзинга:

- А. оформление места продажи
- Б. реклама в СМИ
- В. представление товаров в торговом зале

Г. проведение PR- кампании магазина

74. При планировке магазина с использованием «решетки» с линейным продольным размещением оборудования:

А. стеллажи с товарами располагаются перпендикулярно входящему в зал потоку

Б. стеллажи с товарами располагаются параллельно входящему покупательскому потоку

В. применяется разбивка торгового зала на изолированные секции

Г. предусматривается разнообразие комбинаций линейной и боксовой планировок

75. Вертикальная выкладка товаров предусматривает:

А. размещение однородных товаров по всей длине оборудования

Б. демонстрацию мелких товаров в кассетах

В. размещение однородных товаров несколькими рядами сверху вниз

Г. размещение товаров на стенах

76. Метод поиска потенциальных клиентов, сутью которого является процесс установления и использования контактов, называется:

А. метод слепого поиска

Б. метод наблюдения

В. метод бесконечной цепочки

Г. метод формирования агентской сети

77. Как сторонам бартерного контракта защитить свои интересы, связанные с возможным неисполнением обязательств другой стороной:

А. следует установить в контракте более короткий срок поставки

Б. следует указать в контракте, что встречный поставщик является первым поставщиком

В. следует потребовать от встречного поставщика банковскую гарантию должного исполнения контракта на сумму, которая будет считаться достаточной для компенсации потерь

Г. при недостаточной надежности встречного поставщика следует найти другого партнера по бартерному обмену

78. Базисные условия поставки - это условия:

А. определяющие обязанности сторон по доставке товаров

Б. устанавливающие момент перехода риска случайной гибели товара или его порчи с продавцом на покупателя

В. устанавливающие момент перехода права собственности с продавца на покупателя

Г. все ответы верны

79. Коммерческий агент по продаже косметических средств обращается к руководителю фитнес - клуба с просьбой о встрече с дамами членами клуба и о возможности презентации товара.

Какой метод поиска потенциальных клиентов использует коммерческий агент:

- А. метод слепого поиска
- Б. метод бесконечной цепочки
- В. метод источник влияния
- Г. метод наблюдения

80. Оговорка в контракте купли-продажи о скидках в цене за поставку товара более низкого качества называется:

- А. бонификация
- Б. рефакция
- В. рекламация
- Г. все ответы верны

81. Комплекс маркетинговых коммуникаций состоит из ...

- А. реклама в газетах, журналах, на радио и телевидении
- Б. реклама в СМИ, директ-маркетинг, сейлз-промоушн, личные продажи, паблик рилейшнз, выставочная и ярмарочная деятельность, сопутствующие материалы, реклама в Интернет
- В. реклама в СМИ, паблик рилейшнз, личные продажи, выставочная деятельность, сопутствующие материалы
- Г. все ответы верны

82. От чего зависит психологическая эффективность рекламы

- А. от современного дизайна
- Б. от правильно составленного текста
- В. от учета психологических особенностей восприятия информации целевой аудиторией
- Г. все ответы верны

83. Уникальное торговое предложение это...

- А. эксклюзивный товар
- Б. уникальное преимущество товара, используемое в опосредованном рекламном сообщении
- В. престижное место продаж

Г. все ответы верны

84. Что является документом, закрепляющим необходимые условия для реализации коммерческой сделки:

- А. расчет цены товара
- Б. контракт
- В. сертификат о качестве товара
- Г. все ответы верны

85. Что из ниже перечисленного не является характерной чертой предпринимательской деятельности:

- А. самостоятельность и независимость хозяйствующих субъектов, действующих в рамках правовых норм
- Б. творческий потенциал общества
- В. экономическая заинтересованность, преследующая цель получение прибыли
- Г. все ответы верны

86. Самое эффективное планирование затрат на рекламную кампанию:

- А. метод «цель - задание»
- Б. метод максимальных расходов, которые может себе позволить выделить на рекламу фирма
- В. метод фиксированного процента, желательного не более 5%
- Г. все ответы верны

87. Место рекламы в комплексе маркетинга:

- А. о рекламе говорят на этапе формирования товара либо услуги
- Б. понятие рекламы заложено в понятии продвижение
- В. реклама - есть составляющая любого элемента комплекса маркетинга
- Г. все ответы верны

88. Сделка по купле и продаже реального товара с отсроченным сроком его поставки называется:

- А. опционной
- Б. фьючерсной
- В. форвардной
- Г. все ответы верны

89. Какую основную цель ставит перед собой предприниматель:

- А. соблюдение законодательства
- Б. получение прибыли
- В. социальная удовлетворенность работников
- Г. все ответы верны

90. Какая из указанных функций не является функцией предпринимательства:

- А. контрольная функция
- Б. ресурсная функция
- В. общеэкономическая функция
- Г. творческо-поисковая (инновационная) функция

Ключ к тесту

№ вопроса	ответы	№ вопроса	ответы	№ вопроса	ответы
1	Б	31	Б	61	Б
2	А	32	А	62	А
3	Г	33	В	63	В
4	А	34	А	64	А
5	А	35	Б	65	Б
6	А	36	Б	66	Б
7	Б	37	А	67	Б
8	Г	38	Б	68	А
9	В	39	А	69	А
10	А	40	В	70	А
11	А	41	Б	71	Б
12	Б	42	Б	72	Г
13	Б	43	В	73	А
14	А	44	А	74	А
15	А	45	А	75	Б
16	Б	46	А	76	Б
17	А	47	А	77	Г
18	Б	48	Б	78	А
19	Б	49	Б	79	Г
20	Б	50	Б	80	В
21	А	51	В	81	Б
22	В	52	Г	82	В
23	Г	53	Б	83	А
24	Б	54	А	84	В
25	Б	55	Б	85	Б
26	Б	56	А	86	А
27	В	57	Б	87	В
28	А	58	В	88	В
29	Г	59	Б	89	Б
30	Б	60	Б	90	В

Количество набранных баллов	Оценка
От 27 до 30	5 (отлично)
От 21 до 26	4 (хорошо)
От 16 до 20	3 (удовлетворительно)
От 0 до 15	2 (неудовлетворительно)

Практические задания

Практическое задание № 1

1. Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.

Ситуация:

На совещании торговых агентов А сообщает, что постоянно теряет заказы из-за того, что конкуренты стали производить новую продукцию и продавать ее по заниженным ценам (позиция жертвы). Коллеги делятся с ним своим опытом успешного конкурентирования каждый в своей области и дают советы (позиция спасителя), но все предложения А отвергает, находя в них изъяны и твердя, что в его области эти приемы не срабатывают. Чем больше возражает А, тем больше ему стараются помочь. Через некоторое время руководитель Б замечает: «Я вижу, что вы не хотите ничего изменить, и у меня совершенно пропало желание продолжать это обсуждение!» Наступает тишина и общая неловкость.

Практическое задание № 2

1. Ситуация:

Совещание у директора фирмы «Атлант». Подводились итоги работы за первый квартал текущего года. Ситуация на рынке холодильников изменилась, в результате чего на складах фирмы скопилось большое количество нереализованной продукции. Директором фирмы все обвинения за упущения были возложены на коммерческого директора И.И. Петрова. В свою очередь И.И. Петров уведомил участников совещания о том, что уже в январе у него появилась тревога по поводу реализации холодильников и поэтому он дал устное указание начальнику отдела маркетинга В.П. Сидорову определить конъюнктуру рынка на февраль и март. Сидоров же на выдвинутые обвинения ответил, что он об этом впервые слышит. Возник конфликт.

Задание:

1. Разработайте модель эффективного управления конфликтом
2. Решите конфликтную ситуацию.

Практическое задание № 3

1. Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.

Ситуация:

Работник А в целом знает свое дело хорошо и выполняет его достаточно качественно. Но при этом постоянно совершает мелкие ошибки, которых вполне можно избежать. Начальник Б каждый раз вызывает его к себе для объяснений и А получает «пинок», который на время делает его внимательнее. Затем ситуация повторяется.

Практическое задание № 4

1. Представьте себе, что Вы начальник отдела. Каждый день Вы решаете различные психологические проблемы. Ниже приведена конкретная ситуация, требующая Вашего внимания. Укажите, какие решения Вы примете.

Ситуация:

Ваш непосредственный начальник, минуя Вас, дает задание Вашему подчиненному, который уже занят выполнением срочной работы. Вы и ваш начальник считаете свои задания неотложными. Как Вы поступите в данной ситуации?

Практическое задание № 5

1. Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.

Ситуация:

Руководитель постоянно находит в работе подчиненного погрешности и ошибки, и, несмотря на то, что работа на 99 % сделана очень хорошо, обвиняет подчиненного в провале всего задания (позиция преследователя). Сотрудник чувствует себя виноватым, начинает извиняться и у него формируется комплекс невозможности выполнить работу по требованиям руководителя (позиция жертвы).

Практическое задание № 6

2. На складах одной из крупных компьютерных фирм скопилось значительное количество непроданных персональных компьютеров, что отрицательно сказывалось на рентабельности производства. Руководство фирмы поставило задачу резко сократить количество непроданных компьютеров.

Аналитической группой было сгенерировано несколько альтернативных вариантов решения этой проблемы, среди которых было отобрано два основных:

- Значительное снижение отпускной цены.
- Обновление упаковки и заметное повышение продажной цены.

Задание:

1. Определите в общих чертах характер развития ситуации по первому и по второму сценариям.
2. Какой сценарий развития ситуации вы считаете более предпочтительным?

Практическое задание № 7

1. Какая последовательность из предложенных ниже шагов предпочтительнее при принятии управленческого решения, базирующегося на рациональной модели?

- Разработка вариантов решений, анализ вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов.

- Анализ вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов, согласование выбранного варианта решения с коллективом, оценка решения проблемы, организация выполнения решения.

- Формулировка проблемы, выбор приемлемого из вариантов решения проблемы, обсуждение выбранного варианта решения.

- Формулировка проблемы и проблемной ситуации, разработка вариантов решений, выбор наилучшего из вариантов, организация выполнения решения, оценка решения проблемы.

- Формулировка проблемной ситуации, анализ вариантов решений, обсуждение вариантов решения в коллективе, выбор решения, организация выполнения решения, оценка решения проблемы.

Обоснуйте свою позицию.

Практическое задание № 8

1. Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.

Ситуация:

Руководитель А дает задание Б приобрести оборудование определенной марки. Б пытается объяснить ему, что этот тип оборудования не стоит покупать и по какой причине. Но А, за которым последнее слово, подбирает внешне весомые аргументы в пользу своего решения и убеждает Б в его правильности. Б соглашается: «Ну хорошо, если вы так думаете, то я приобрету это оборудование», - одновременно тоном речи и набором слов и интонацией в фразе давая понять А на скрытом уровне, что он не согласен с решением и не будет нести никакой ответственности за его последствия. Через некоторое время мнение Б подтверждается, и оборудование демонтируется. Когда А вызывает к себе Б, чтобы проанализировать причину неудачи, тот отвечает: «Вы же сами хотели приобрести именно это - А я с самого начала предупреждал вас, что оборудование никуда не годится». Таким образом, скрытая коммуникация становится явной и порождает смену ролей и напряженность в общении.

Практическое задание № 9

1. У Вас в подчинении работает человек, который несколько перерос свою должность. Однако из-за различных объективных причин карьерный рост не возможен, а доход достаточно высок, есть также комиссионные. Найдите пути дополнительной мотивации такого сотрудника.

Практическое задание № 10

1. Определите верную стратегию выхода из психологической игры и разрешения конфликтной ситуации. Помните о том, что вы находитесь в роли руководителя.

Ситуация:

Сотрудница, ранее занимавшаяся закупками, получила другое назначение и очень хорошо справляется с работой. Однако она постоянно задает шефу вопросы, на которые прекрасно может ответить сама. Сознавая это, руководитель каждый раз реагирует на такие вопросы раздраженно, от чего страдают не только отношения с этой сотрудницей, но и климат в коллективе.

Практическое задание № 11

1. Одна из общеизвестных заповедей бизнеса свидетельствует: «Избегай семейственности». Ее сторонники считают семейственность нарушением этики делового общения, непристойным, нетактичным, несправедливым и нечестным явлением. Процветающий американский менеджер Бил Фромм в своей популярной книге «Десять заповедей бизнеса...» не соглашается с такой точкой зрения и выдвигает такой закон менеджмента: «Обращайтесь со всеми своими сотрудниками как с членами семьи». Поддерживаете ли Вы мысль Б. Фромма? Каковы Ваши аргументы?

Практическое задание № 12

1. Прочитайте ситуацию и ответьте на вопросы:

Бригада слесарей-литейщиков (6 человек) всегда держались очень сплоченно. Члены бригады, несмотря на существенную разницу в возрасте, часто вместе проводили время. Старшие к младшим относились покровительственно, младшие к старшим – с уважением. Когда один из членов бригады, ушел на пенсию, был принят молодой слесарь Акимов, года два или три назад окончивший ПТУ. Вначале к нему относились настороженно. Но через месяц-два между ним и бригадой сложились вполне дружеские отношения, он был принят в коллектив, стал своим.

Еще месяца через два положение изменилось. Акимову, как молодому работнику поручили изготовление крупной серии стандартных лекал. Используя традиционную технологию, он имел бы заработок на среднем для бригады уровне. Однако Акимов быстро догадался, как можно рационализировать работу. Он брал десяток заготовок и приваривал их друг к другу. Получался пакет. Затем он вырезал нужную форму сразу же на всем пакете, шлифовал торцы, разъединял пакет и обрабатывал поверхность каждого лекала.

Вскоре Акимов перекрыл нормы выработки в три-пять раз, заработок его стал быстро расти и в полтора раза превысил заработок бригадира. На Акимова в бригаде начали коситься и замечать в его поведении массу изъянов: то отлучился неизвестно куда, то навязался непрошеным советом, то, наоборот, молчал, когда все старались подать полезные советы товарищу. Наконец, наступил полный разрыв отношений. Акимов попросил начальника цеха перевести его в другую бригаду. Но оказалось, что и другие бригады слесарей не хотят его принимать к себе. Через месяц Акимов уволился с завода. Вопросы к ситуации:

1. О каком конфликте – конструктивном или деструктивном – идет речь?

2. Был ли разрешен данный конфликт?
3. Предложите разрешение конфликта.

Практическое задание № 13

1. Возможна ли настоящая дружба между руководителем и подчиненным? Привести аргументы за и против.

Практическое задание № 14

1. Ситуация:

Вы работаете менеджером в средней по размеру фирме. В руководимом вами трудовом коллективе, как вам стало известно, имеется неформальный лидер. Данный работник имеет более продолжительный, чем у вас, опыт работы в данной сфере деятельности, стаж его работы превышает ваш почти в два раза. Кроме того, он умеет выслушать других сотрудников, многие идут к нему за советом, а не к Вам.

Вы наметили в ближайшее время расширить сферу деятельности фирмы, провести некоторые изменения в структуре управления. Неформальный лидер, как Вам сообщили, против предстоящих перемен.

1. Разработайте стратегию взаимодействия менеджера и неформального лидера.
2. Выберите одну из альтернатив поведения менеджера:
 - Уволить несогласного лидера;
 - Проигнорировать его мнение;
 - Привлечь на свою сторону;
 - Прочее (обосновать).

Практическое задание № 1

1. Предприятие в отчетном году произвело 450 велосипедов себестоимостью 7 000р каждый; реализовало 400 велосипедов по цене 9 000 Р за шт. В том же году предприятие продало автомобиль за 4 000р, ликвидационной стоимостью 3 000 Р, и получило от арендатора 19 000 Р. Собственный капитал 170 000 000 Р, ОПФ 300 000 Р, Обс 160 000 Р, НМА 10 000 Р. Рассчитать все виды рентабельности и прибыли. Налог на прибыль 20%

Практическое задание № 2

1. Предприятие в отчетном году произвело 420 принтеров себестоимостью 5 000 Р каждый; реализовало 400 принтеров по цене 7 000 Р за шт. В том же году предприятие продало автомобиль за 20 000 Р, ликвидационной стоимостью 18 750 Р, и

получило от арендатора 75 000 Р. Собственный капитал 100 000 000 Р, ОПФ 3 800 000 Р, Обс 100 000 Р, НМА 10 000 Р. Рассчитать все виды рентабельности и прибыли. Налог на прибыль 20%.

Практическое задание № 3

1. Предприятие выпускает в год 2 000 компьютеров себестоимостью 12 000 Р каждый. За год продано 1 950 компьютеров по цене 15 000 Р за шт. В том же году предприятие продало запасных частей на сумму 50 000 Р. Предприятие не имеет льгот по налогу на прибыль, налог составляет 20%. Определить все виды прибыли предприятия за год

Практическое задание № 4

1. Рассчитать ФОТ руководящего персонала, если:
 - а. Бухгалтер получает ежемесячно 20 000 Р плюс премия в размере 2 000 Р в месяц;
 - б. Директор – 35 000 Р оклад плюс надбавка в размере 5 000 Р плюс премия в размере 15% от оклада (всё ежемесячно);
 - в. Заместитель директора по административно-хозяйственной деятельности – 28 000 Р в месяц плюс 2 000 Р надбавка ежемесячно.

Практическое задание № 5

1. Рассчитать ФОТ обслуживающих производство, если:
 - а. Электрик работает в день 7 часов (1ч=200 Р), количество рабочих дней в году 290;
 - б. Монтажник – 5 часов в день (1ч=160 Р);
 - в. Транспортный работник – 10 часов в день (1ч=180 Р)
 - 10) Рассчитать ФОТ производственных рабочих, если:
 - а. Петров В.А. – изготовил в период с января по июль по 20 изделий, в месяц, а с августа по декабрь – 15 изделий в месяц;
 - б. Сидоров С.С. – изготовил в период с января по август – 16 изделий в месяц, а с сентября по декабрь – 19 изделий в месяц;
 - в. Садаян Э.Г. - изготовил в период с января по декабрь – 10 изделий в месяц.
- По плану 12 изготовленных изделий, тарифная ставка за единицу 1 200 Р, за каждую изготовленную единицу изделия сверх плана – 1 500 Р.

Практическое задание № 6

1. Рассчитать ФОТ, если:
 - а. Бухгалтер имеет оклад в размере 15 000 Р и ежемесячную надбавку в размере 1 500 Р, а в декабре он получает премию равную 15%.
 - б. На предприятии имеется обслуживающий персонал:
 - 2 уборщицы, оклад которых по 3 500 Р в месяц и надбавки ежемесячно по 500 Р
 - в. Электрик работает по 6 часов в смену, часовая расценка составляет 120 Р за час, количество рабочих дней в году 287.
- Директор имеет оклад в размере 3 0000 Р, плюс ежемесячная доплата 3 000 Р

Практическое задание № 7

1. Рассчитать зарплату рабочего, находящегося на сдельно-премиальной оплате труда. За месяц (168 часов) он произвел 70 ремонтов электрооборудования нормативной трудоемкостью 2,5 часа. Часовая тарифная ставка 150 Р. За перевыполнение плана работнику выплачивается премия в размере 5 % тарифной зарплаты за каждый процент перевыполнения норм

Практическое задание № 8

1. Определить розничную свободную цену на яблочный сок исходя из следующих данных: себестоимость 1 л. сока - 7 Р, рентабельность – 20% от себестоимости, снабженческо-сбытовая надбавка – 40%, торговая надбавка – 25%, НДС – 10%.

Практическое задание № 9

1. Определить розничную свободную цену на апельсиновый сок исходя из следующих данных: себестоимость 1 л. сока - 27 Р, рентабельность – 25% от себестоимости, снабженческо-сбытовая надбавка – 40%, торговая надбавка – 25%, НДС – 18%.

4. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Образовательная организация, реализующая программу профессионального обучения, располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов теоретических, практических занятий и учебной практики, предусмотренных учебным планом.

Перечень кабинетов, лабораторий и других помещений

Кабинеты:

Кабинет

Социально-экономических дисциплин

менеджмента

экономики организации

маркетинга

междисциплинарных курсов;

Кабинет

Организация коммерческой деятельности

Логистики

Междисциплинарных курсов;

Кабинет

Финансов, денежного обращения и кредита

Анализ финансово-хозяйственной деятельности

Бухгалтерский учет

Междисциплинарных курсов

Кабинет

Стандартизации, метрологии и подтверждения соответствия

Междисциплинарных курсов

Кабинет

Учебный склад

Учебный магазин

Междисциплинарных курсов

Кабинет

Правового обеспечения профессиональной деятельности

Социальной психологии

Междисциплинарных курсов

Лаборатории

Лаборатория

Товароведения и экспертизы продовольственных товаров

Товароведения и экспертизы непродовольственных товаров

Техническое оснащение торговых организаций

Лаборатория

Информационных технологий в профессиональной деятельности

Залы:

библиотека;

читальный зал с выходом в сеть Интернет;

актовый зал.

5. ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ ПРОГРАММЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ

Оценка качества освоения программы профессионального обучения включает текущий контроль знаний, промежуточную и итоговую аттестацию обучающихся.

Текущий контроль

Текущий контроль результатов осуществляется преподавателем в процессе проведения теоретических и практических занятий, в форме контрольных работ, контрольных тестов, индивидуальных заданий и др. в целях получения информации о:

- выполнении требуемых действий в процессе учебной деятельности;
- правильности выполнения требуемых действий;
- соответствии формы действия данному этапу усвоения учебного материала.

Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация проводится по результатам освоения программ учебных дисциплин в форме дифференцированного зачета на последнем занятии. Формы и процедуры промежуточной аттестации по каждой дисциплине доводятся до сведения обучающихся перед началом учебного процесса.

Итоговая аттестация

Итоговая аттестация результатов подготовки обучающихся осуществляется экзаменационной комиссией в форме квалификационного экзамена.

Квалификационный экзамен проводится для определения соответствия полученных знаний, умений и навыков программе профессионального обучения и установления на этой основе лицам, прошедшим профессиональное обучение, квалификационного разряда по должности служащего 20004 Агент коммерческий.

Квалификационный экзамен включает в себя выполнение практического задания и проверку теоретических знаний в пределах квалификационных требований. К проведению квалификационного экзамена привлекаются представители работодателей.

Лицам, успешно сдавшим квалификационный экзамен, присваивается разряд по результатам освоения программы профессионального обучения и выдается свидетельство о профессии рабочего, должности служащего.