



Автономная некоммерческая профессиональная образовательная организация
«МЕЖДУНАРОДНЫЙ ВОСТОЧНО-ЕВРОПЕЙСКИЙ КОЛЛЕДЖ»

Пушкинская ул., д. 268, 426008, г. Ижевск. Тел.: (3412) 77-68-24. E-mail: mveu@mveu.ru, www.mveu.ru
ИНН 1831200089. ОГРН 1201800020641

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ПРАКТИЧЕСКИХ РАБОТ

ПО ПРОФЕССИОНАЛЬНОМУ МОДУЛЮ ПМ 04 Выполнение работ по одной или нескольким профессиям рабочих, должностям служащих

для специальности

38.02.04 «Коммерция (по отраслям)»

Ижевск, 2023 г.

Пояснительная записка

Практическая работа – небольшой научный отчет, обобщающий проведенную учащимся работу, которую представляют для защиты преподавателю.

В процессе практического занятия учащиеся выполняют одну или несколько практических работ (заданий) под руководством преподавателя в соответствии с изучаемым содержанием учебного материала.

На практических занятиях учащиеся овладевают первоначальными профессиональными умениями и навыками, которые в дальнейшем закрепляются и совершенствуются в процессе курсового проектирования и производственной (преддипломной) практики.

Наряду с формированием умений и навыков в процессе практических занятий обобщаются, систематизируются, углубляются и конкретизируются теоретические знания, вырабатывается способность и готовность использовать теоретические знания на практике, развиваются интеллектуальные умения.

Практические занятия проводятся в форме практической подготовки в виде работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

К практическим работам предъявляется ряд требований, основным из которых является полное, исчерпывающее описание всей проделанной работы, позволяющее судить о полученных результатах, степени выполнения заданий и профессиональной подготовке учащихся.

МДК 04.01. Выполнение работ по профессии «Продавец непродовольственных товаров»

Практическое занятие № 1, кол-во час.1

1.1.Разработка схемы материальной ответственности магазина

У.11.оформлять товарно-сопроводительные документы;

У.13.создавать оптимальные условия хранения продовольственных и непродовольственных товаров;

Цели:

- закрепить и расширить знания об особенностях разработки схемы материальной ответственности магазина;
- приобрести новые знания и навыки, помогающие решать торговые ситуации, связанных с определением состава функциональных групп помещений магазина и их взаимосвязи;
- развить навыки поиска, анализа и использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

Задание:

- 1.Посетите 2 магазина (по согласованию с преподавателем).
- 2.Изучите организацию материальной ответственности работников каждого магазина. Составьте соответствующую схему.
- 3.Укажите основные требования, предъявляемые к организации материальной ответственности работников магазина.

4. Сопоставьте основные характеристики каждого магазина с рекомендуемыми параметрами.
5. Сформулируйте основные выводы, касающиеся путей и направлений для совершенствования организации материальной ответственности работников магазина.
6. Выполните сравнительную характеристику изученных магазинов по данному критерию.
7. Сформулируйте основные выводы, касающиеся эффективности работы данных магазинов с точки зрения организации материальной ответственности работников магазина.
6. Оформите отчеты.

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цели работы.
3. Задание.
4. Ответы на задание, в том числе схемы.
5. Выводы.

Примечание:

1. Работа может выполняться как индивидуально, так и малыми группами (2-3 чел.).
2. Необходимые рекомендации и пояснения по выполнению работы дает преподаватель.

1.2. Составление и заполнение договора о материальной ответственности.

У.11.оформлять товарно-сопроводительные документы;

У.13.создавать оптимальные условия хранения продовольственных и непродовольственных товаров;

Цели:

- закрепить и расширить знания об организации материальной ответственности работников;
- приобрести новые знания и навыки, помогающие более эффективно работать по специальности;
- развить навыки поиска, анализа и использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

Задание:

1. Изучите договора о материальной ответственности.
- 2.Примите участие в семинарском занятии по теме: «Составление и заполнение договора о материальной ответственности. На что необходимо обратить внимание».
3. Оформите отчет.

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цели работы.
3. Задание.
4. Результаты семинарского занятия.
5. Выводы.

Примечание:

1. Работа выполняется коллективно с индивидуальным оформлением отчета.
2. Необходимые рекомендации и пояснения по выполнению работы дает преподаватель.

1.3.Разработка инструкций по технике безопасности для непродовольственного магазина.

У.11.оформлять товарно-сопроводительные документы;

У.13.создавать оптимальные условия хранения продовольственных и непродовольственных товаров;

Цели:

- закрепить и расширить знания об особенностях организации техники безопасности для непродовольственного магазина;
- приобрести новые знания и навыки, помогающие решать торговые ситуации, связанные с организацией техники безопасности для непродовольственного магазина
- развить навыки поиска, анализа и использования информации, необходимой для эффективной организации техники безопасности для непродовольственного магазина

Задание:

- 1.Посетите 1 магазин (по согласованию с преподавателем).
- 2.Изучите организацию техники безопасности для непродовольственного магазина. Составьте соответствующую схему.
- 3.Укажите основные требования, предъявляемые к организации техники безопасности для непродовольственного магазина
4. Сопоставьте основные характеристики организации техники безопасности для непродовольственного магазина с рекомендуемыми параметрами.
5. Сформулируйте основные выводы, касающиеся путей и направлений для совершенствования организации техники безопасности для непродовольственного магазина.
6. Сформулируйте основные выводы, касающиеся эффективности работы данного магазина с точки зрения организации техники безопасности для непродовольственного магазина.
6. Оформите отчеты.

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цели работы.
3. Задание.
4. Ответы на задание, в том числе схемы.
5. Выводы.

Примечание:

1. Работа может выполняться как индивидуально, так и малыми группами (2-3 чел.).
2. Необходимые рекомендации и пояснения по выполнению работы дает преподаватель.

Практическое занятие № 2

Изучение правил техники безопасности при эксплуатации торгового оборудования, кол-во час.1

У.13.создавать оптимальные условия хранения продовольственных и непродовольственных товаров;

Цели:

- закрепить знания правил техники безопасности при эксплуатации торгового оборудования;
- приобрести новые знания и навыки, помогающие более эффективно работать по специальности;
- развить навыки поиска, анализа и использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

Задание:

1. Изучите правила техники безопасности при эксплуатации торгового оборудования;

2.Примите участие в семинарском занятии по теме: «Эксплуатация различных видов торгового оборудования. Правила техники безопасности. На что необходимо обратить внимание».

3. Оформите отчет.

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цели работы.
3. Задание.
4. Результаты семинарского занятия.
5. Выводы.

Примечание:

1. Работа выполняется коллективно с индивидуальным оформлением отчета.
2. Необходимые рекомендации и пояснения по выполнению работы дает преподаватель.

Практическое занятие № 3 Разработка стандарта бизнес-процесса «Обслуживание потребителя в узле расчета», кол-во час.1

У 3. определять платежеспособности и защищенности денежных знаков и пластиковых карт от подделки;

У 4.Производить расчёт с покупателями продовольственных и непродовольственных товаров.

У.7.обслуживать покупателей продовольственных и непродовольственных товаров;

У.12.размещать продовольственные и непродовольственные товары в магазине;

Указания к работе:

Выполнив данную практическую работу, Вы сможете работать с нормативными документами; закрепите знания по соблюдению действующего законодательства; грамотному обслуживанию потребителей.

Ход работы

Задание: Определение форм и порядка оплаты при продаже товаров. Разработка стандарта бизнес-процесса «Обслуживание потребителя в узле расчета»

1. Руководствуясь статьей 16.1. «Формы и порядок оплаты при продаже товаров (выполнении работ, оказании услуг)» Закона «О защите прав потребителей» определите формы и порядок оплаты при продаже товаров.
2. Для кассира-операциониста согласно действующих нормативных документов разработайте стандарт бизнес-процесса «Обслуживание покупателей в узле расчета вашего магазина». Данный стандарт разработайте в виде таблицы:

Операция	Требование к выполнению операции	Требуемая продолжительность

ТИПОВЫЕ ПРАВИЛА ЭКСПЛУАТАЦИИ КОНТРОЛЬНО-КАССОВЫХ МАШИН ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ДЕНЕЖНЫХ РАСЧЕТОВ С НАСЕЛЕНИЕМ

В соответствии с Законом Российской Федерации "О применении контрольно - кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением" от 18.06.93 N 5215-1 Министерство финансов Российской Федерации устанавливает следующие Типовые правила эксплуатации контрольно - кассовых машин при осуществлении денежных расчетов с населением.

I. Общие положения

При денежных расчетах с покупателями (клиентами) применяются два типа кассовых машин: электромеханические кассовые машины и электронные контрольно - регистрирующие машины (ЭКРМ). Контрольно - кассовая машина является счетно - суммирующим, вычислительным и чекопечатающим устройством.

На предприятиях разрешается эксплуатация только тех типов контрольно - кассовых машин, серийные образцы которых прошли испытания в установленном порядке и внесены в Госреестр.

Ввод в эксплуатацию, техническое обслуживание, ремонт и списание кассовых машин должны производиться заводами - изготовителями или специализированными предприятиями, техническими центрами, наделенными соответствующими правами по данному роду деятельности.

Контрольно - кассовые машины, используемые для денежных расчетов с населением, подлежат регистрации в налоговых органах по месту нахождения предприятия.

Контроль за соблюдением правил использования контрольно - кассовых машин, за полнотой учета выручки денежных средств на предприятиях осуществляют налоговые службы.

II. Правила эксплуатации

2.1. К работе на кассовой машине допускаются лица, освоившие правила по эксплуатации кассовых машин в объеме технического минимума и изучившие настоящие "Типовые правила". С лицами, допущенными к работе, заключается договор о материальной ответственности.

2.2. На каждой кассовой машине имеется свой заводской номер (на маркировочной табличке), который обязательно указывается во всех документах, относящихся к данной машине (кассовом чеке, отчетной ведомости, паспорте, "Книге кассира - операциониста" и др.), а также документах, отражающих перемещение кассовой машины (отправку в ремонт, передачу другому предприятию и т.п.).

2.3. Кассовая машина должна иметь паспорт установленной формы, в который заносятся сведения о вводе машины в эксплуатацию, среднем и капитальном ремонтах. В паспорте указываются реквизит данного клише с обозначением наименования предприятия и номера кассы.

2.4. Перевод показаний суммирующих денежных счетчиков на нули (гашение) может производиться при вводе в эксплуатацию новой машины и при инвентаризации, а при необходимости, в случае ремонта денежных счетчиков в мастерских только по согласованию с контролирующей организацией с обязательным участием ее представителя. Под контролирующей организацией понимаются органы Государственной налоговой службы Российской Федерации.

2.5. Перевод показаний суммирующих денежных счетчиков, контроль счетчиков до и после их перевода на нули оформляется актом по форме N 26 (приложение N 1) в двух экземплярах, один из которых, как контрольный, передается в бухгалтерию контролирующей организации, а второй остается в данном предприятии (магазине, кафе и пр.).

2.6. Передача машины в другое предприятие или мастерскую для ремонта и обратно производится по накладной и оформляется актом по форме N 27 (приложение N 2), в котором фиксируются показания секционных и контрольных счетчиков (регистров). Накладная и акт не позднее следующего дня сдаются в бухгалтерию предприятия. Соответствующая отметка об этом делается в "Книге кассира - операциониста" в конце записи за день. Вместе с машиной передается и ее паспорт, в котором дается соответствующая запись.

2.7. При ремонте денежных счетчиков непосредственно в предприятиях также составляется акт по форме N 27 с записью показаний денежных и контрольных счетчиков до и после ремонта.

2.8. Запасные машины до ввода их в эксплуатацию хранятся хорошо смазанными для защиты от коррозии, закрытыми чехлами на полках или стеллажах. Климатические параметры помещения должны соответствовать указанным в руководстве по эксплуатации.

III. Подготовка кассовых машин к работе

3.1. Ввод в эксплуатацию новых машин производит механик из организации, осуществляющей гарантийное и техническое обслуживание и ремонт данного типа машин. При вводе в эксплуатацию электронных контрольно - регистрирующих машин и кассовых терминалов необходимо присутствие программиста - электроника. Механик (программист) должен иметь удостоверение на право технического обслуживания и ремонта машин данного типа и предъявлять его руководству предприятия, учреждения.

3.1.1. При вводе машин в эксплуатацию должны присутствовать кассиры как материально ответственные лица.

3.2. Механик по ремонту кассовых машин (при необходимости программист-электроник) производит проверку исправности, опробование кассовой машины в работе и оформляет передачу ее в эксплуатацию, заполняя все данные в заводском паспорте.

Механик обязан опломбировать машину после установки фирменного клише с наименованием предприятия и номером расчетного узла либо ввести его в программу машины.

3.3. До включения кассовых машин в действие замок должен быть закрыт, а ключ (кроме ключей для перевода секционных денежных счетчиков на нули) хранится у директора предприятия. Ключи для перевода денежных счетчиков на нули передаются директором (заведующим) предприятия контролирующей организации - налоговой инспекции, где хранятся в сейфах и выдаются по письменному распоряжению руководителя и главного бухгалтера этой организации специалисту, уполномоченному лицу для проведения проверки.

3.4. На кассовую машину администрация заводит "Книгу кассира - операциониста" по форме N 24 (приложение 3), которая должны быть прошнурована, пронумерована и скреплена подписями налогового инспектора, директора и главного (старшего) бухгалтера предприятия и печатью. Однако "Книга кассира - операциониста" не заменяет кассового отчета (форма N 25).

3.5. При установке кассовых машин на прилавках магазинов или для работы официанта "Книга кассира - операциониста" ведется по сокращенной форме N 24-а (приложение 4).

3.6. Допускается ведение общей книги на все машины. В таком случае записи должны производиться в порядке нумерации всех касс (NN 1, 2, 3 и т.д.) с указанием в числителе - заводского номера кассовой машины, показатели счетчиков недействующих кассовых машин ежедневно повторяются с указанием причин бездействия (в запасе, в ремонте и т.п.) и заверяются подписью представителя администрации предприятия.

Все записи в книге производятся в хронологическом порядке чернилами, без помарок. При внесении в книгу исправлений они должны оговариваться и заверяться подписями кассира - операциониста, директора (заведующего) и главного (старшего) бухгалтера.

3.7. Паспорт кассовой машины, "Книга кассира - операциониста", акты и другие документы хранятся у директора (заведующего) предприятия, его заместителя или главного (старшего) бухгалтера.

3.8. Перед началом работы на кассовой машине:

кассир получает у директора (заведующего) предприятия, его заместителя или главного (старшего) кассира все необходимое для работы (ключи от кассовой кабины, ключи от привода кассовой машины и от денежного ящика, разменную монету и купюры в количестве, необходимом для расчетов с покупателями, принадлежности для работы и обслуживания машины под роспись).

3.8.1. Директор (заведующий) предприятия либо его заместитель, дежурный администратор обязан:

- открыть замок привода и счетчиков машины и вместе с кассиром снять показания (получить отчетную ведомость) секционных и контрольных счетчиков и сверить их с показаниями, записанными в "Книгу кассира - операциониста" за предыдущий день;

- убедиться в совпадении показаний и занести их в книгу за текущий день на начало работы и заверить своими подписями;

- оформить начало контрольной ленты, указав на ней тип и заводской номер машины, дату и время начала работы, показания секционных и контрольных счетчиков (регистров), данные на контрольной ленте заверить подписями и закрыть замок показаний денежных счетчиков;

- выдать кассирам (контролерам - кассирам, продавцам, официантам) ключи от замка привода машины;

- дать указание кассиру о мерах по предупреждению подделки чеков (шифровка чеков, определенный цвет используемой чековой ленты, предельная сумма чека и т.п.);

- обеспечить кассира разменной монетой и купюрами в пределах размера остатка денежных средств по кассе в количестве, необходимом для расчета с покупателями, а также чековыми лентами соответствующих размеров, красящей лентой и другими расходными материалами, предусмотренными для данного типа машины;

- дать указание кассиру (контролеру - кассиру, продавцу, официанту и др.) о начале работы, убедившись в исправности машины и готовности рабочего места к началу работы.

3.8.2. Кассир (контролер - кассир, продавец, официант и др.) обязан:

- проверить исправность блокирующих устройств, заправить чековую и контрольную ленту, установить дататор на текущую дату, перевести нумератор на нули;

- включить машину в электросеть и получением нулевого чека проверить ее работу от электропривода;

- напечатать два-три чека без обозначения суммы (нулевых) с целью проверки четкости печатания реквизитов на чековой и контрольной лентах и правильность установки дататора и нумератора;

- нулевые чеки приложить в конце дня к кассовому отчету;

- протереть кожух сухой тряпкой и установить со стороны покупателя (клиента) табличку со своей фамилией;

- разместить необходимый для работы инвентарь (микрокалькулятор).

IV. Работа кассира в течение смены

4.1. Кассир-операционист или другое материально ответственное лицо (контролер-кассир, официант, продавец, буфетчик, приемщик заказов и др.) обязаны:

- обеспечить тщательный уход и бережное обращение с машиной, содержать ее в чистоте и порядке;

- осуществлять операции ввода сумм в соответствии с руководством по эксплуатации на данный тип кассовых машин;

- для одного покупателя (клиента) определить общую сумму покупки, услуги по показанию индикатора кассовой машины или с помощью счетных устройств и назвать ее покупателю (клиенту);

- получить от покупателей (клиентов) деньги за товары или оказанные услуги согласно сумме, называемой покупателем (клиентом), обозначенной в прейскуранте на оказываемые услуги, ценнике на продаваемый товар, в предприятиях общественного питания обозначенной в меню, или ценников в следующем порядке:

а) четко назвать сумму полученных денег и положить эти деньги отдельно на виду у покупателя (клиента);

б) напечатать чек - при расчетах с использованием контрольно - кассовой машины;

в) назвать сумму причитающейся сдачи и выдать ее покупателю (клиенту) вместе с чеком (при этом бумажные купюры и разменную монету выдать одновременно).

4.2. Чеки контрольно - кассовых машин на приобретение товара действительны только в день их выдачи покупателю (клиенту). Кассир-операционист может выдавать деньги по возвращенным покупателями (клиентами) чекам только при наличии на чеке подписи директора (заведующего) или его заместителя и только по чеку, выданному в данной кассе.

4.3. В случае ошибки кассира - операциониста:

- при вводе суммы и невозможности погашения чека в течение смены неиспользованный чек актируется в конце смены;

- в выдаче сдачи покупателю (клиенту) при возникновении спора покупатель имеет право потребовать у администрации снятия кассы;

- составить и оформить совместно с администрацией предприятия акт по форме N 54 (приложение N 5) о возврате денежных сумм покупателям (клиентам) по неиспользованным кассовым чекам, погасить их, наклеить на лист бумаги и вместе с актом сдать в бухгалтерию (где они хранятся при текстовых документах за данное число);

- записать в "Книгу кассира - операциониста" суммы, выплаченные по возвращенным покупателями (клиентами) чекам, и количество напечатанных на день нулевых чеков;

- кассир-операционист не имеет права: снимать кассу без разрешения администрации;

- не выдавать кассовый чек покупателю (клиенту).

4.4. В случае установки кассы на рабочем месте продавца, приемщика заказов на них распространяются обязанности кассира - операциониста.

4.5. Кассир имеет право:

- в течение смены по указанию директора (зам. директора) изменять шифр, применять штампы и оттиски "погашено", "счет", "контроль" и т.п.;

- получать распечатки по кассовой машине;

- изменять совместно с программистом (оператором) шифр в кассовой машине.

При возникновении неисправностей кассир обязан:

- выключить кассовую машину;

- вызвать с помощью установленной в кабине сигнализации представителя администрации;

- совместно с представителем администрации определить характер неисправности;

- в случае неясного печатания реквизитов на чеке, невыхода чека или обрыва контрольной ленты совместно с представителями администрации проверить оттиски чека на контрольной ленте, подписать чек (если чек не вышел, вместо него получить нулевой), указав на обороте правильную сумму (рубли прописью, копейки цифрами) и после проверки отсутствия пропусков нумерации подписать места обрыва контрольной ленты;

- в случае невозможности дальнейшей работы из-за неисправности кассовой машины кассир совместно с представителем администрации оформляет окончание работы на данной кассовой машине так же, как при окончании смены, с отметкой в "Книге кассира - операциониста" на данную кассовую машину время и причину окончания работы.

Администрация при невозможности устранения неисправности силами кассира вызывает технического специалиста (механика, программиста, специалиста по электронике, систем управления, связи), сделав соответствующую запись в журнале вызова технического специалиста и регистрации выполненных работ (приложение N 6, форма N 30).

4.7. Кассиру запрещается:

- работать без контрольной ленты или склеивать в местах обрыва;

- допускать посторонних лиц в помещение кассы к кассовой машине, кроме директора (заведующего) предприятия, его заместителя, бухгалтера, дежурного администратора и с их разрешения технического специалиста или контролирующее лицо для проверки кассы;

- покидать кассовую кабину без уведомления администрации и не отключив кассовую машину, не закрыв на ключ кассовую кабину, кассовую машину. В случае необходимости покинуть кассовую кабину все ключи (от кабины, рабочий ключ от кассовой машины и денежного ящика) должны находиться у кассира;
- самостоятельно вносить изменения в программу работы кассового терминала (для чего последний должен иметь защиту от несанкционированного доступа);
- не должен иметь в кассе личных денег и денег, не учтенных через кассовую машину (кроме денег, выданных перед началом работы).

V. Особенности безналичного расчета с покупателями

5.1. Расчет посредством расчетных чеков учреждений Сбербанков.

Расчетный чек имеет серию и номер и представляет собой бланк установленного образца. На нем указывается сумма, на которую выдан чек (цифрами и прописью), фамилия, имя и отчество владельца чека, реквизиты учреждения банка, выдавшего чек, и срок действия чека. Расчетный чек заверяется подписями работников банковского учреждения и гербовой печатью с указанием даты выдачи.

При предъявлении расчетного чека в уплату за товар контролер-кассир проверяет соответствие бланка чека установленному образцу, отсутствие подчисток, исправлений текста и суммы чека, соответствие контрольных цифр сумме, записанной на чеке, срок действия чека, наличие четкого оттиска гербовой печати и подписей работников банковского учреждения, после чего удостоверяется в личности предъявителя чека по паспорту или заменяющему паспорт документу.

Предприятие торговли несет материальную ответственность за прием и уплату за товар расчетного чека, заполненного с нарушениями "Инструкции о порядке применения расчетных чеков".

После проверки и принятия расчетного чека в уплату за товар контролер-кассир ставит на обороте штамп с текстом "Чек принят в уплату за товар", с указанием номера и наименования магазина и даты приема чека, расписывается на штампе, а также отмечает в специальной ведомости данные о предъявленном покупателем паспорте или заменяющем его документе. После чего пробивает сумму, указанную в чеке, через кассовую машину на вторую секцию (пароль), по которой пробиваются только безналичные расчеты, и выдает кассовый чек.

Расчетные чеки (относится и к чековым книжкам), принятые в уплату за товары, магазин сдает в обслуживающее его учреждение банка вместе с денежной выручкой через инкассатора банка.

5.2. Расчет посредством чековых книжек.

Чековая книжка выписывается на любую сумму в пределах имеющихся средств вкладчика на счете в банковском учреждении.

Чековая книжка - именной документ. В ней указываются фамилия, имя и отчество владельца, номер отделения банка, выдающего книжку, количество чеков, имеющихся в книжке, их серия и собственные номера. Указываются также номер счета, на основании которого выдана чековая книжка, и сумма, на которую она выдана. Дата и срок действия книжки заверяются подписями работников банковского учреждения и печатью этого учреждения. Чековая книжка имеет установленный срок действия, который может быть продлен, о чем делается соответствующая запись, которая заверяется подписью работника банковского учреждения и печатью.

На каждом чеке указаны порядковый номер, серия и собственный номер чека, а на оборотной стороне - номер банковского учреждения, его местонахождение, номер счета по вкладу и другие данные, относящиеся к банковскому учреждению. Каждый чек имеет в книжке корешок под тем же номером.

При покупке товара владелец чековой книжки заполняет чек и корешок к нему. Заполненный чек, не отделенный от чековой книжки, вместе с паспортом предъявляется кассиру в уплату за товар.

При приеме чека кассир удостоверяется в личности владельца чековой книжки и сверяет данные с соответствующей записью на оборотной стороне чека и заверяет эту подпись своей подписью. Проверяет срок действия чековой книжки, а также правильность заполнения аналогично изложенному при работе с чеками.

Правильно заполненный чек в уплату за товар принимает кассир, отделив его от чековой книжки. Делает отметку (проставляет оттиск штампа магазина) на обороте чека с указанием даты его приема (месяц прописью) и расписывается. При подготовке выручки к сдаче в банк на оборотной стороне препроводительной ведомости и накладной к сумме с денежной выручкой в графе "Перечень предъявленных чеков" указывают номера и серии чеков, номер счета и наименование чекодателей, сумму каждого чека и общую сумму всех чеков.

5.3. Расчет посредством кредитных карточек.

Кредитная карточка - пластиковый прямоугольник с магнитной полосой, которая вмещает данные, необходимые для расчетов за товар.

При покупке товара вставляется в щель кассовой машины системного кассового терминала, имеющего связь с банком, по каналу связи сообщается номер счета владельца кредитной карточки, подтверждается его

платежеспособность и дается команда на списание со счета указанной суммы (стоимости покупки или услуги). После чего карточка возвращается владельцу. При вводе кредитной карточки в машину набирается личный код, известный только владельцу.

VI. Окончание работы на кассовой машине

6.1. При закрытии предприятия или по прибытии инкассатора, если он по графику прибывает до закрытия предприятия, кассир должен:

- подготовить денежную выручку и другие платежные документы;
- составить кассовый отчет и сдать выручку вместе с кассовым отчетом по приходному ордеру старшему (главному) кассиру (в небольших предприятиях с одной - двумя кассами кассир сдает деньги непосредственно инкассатору банка).

Представитель администрации в присутствии кассира снимает показания секционных и контрольных счетчиков (регистров), получает распечатку или вынимает из кассовой машины использованную в течение дня контрольную ленту. Представитель администрации подписывает конец контрольной ленты (распечатку), указав на ней тип и номер машины, показания секционных и контрольных счетчиков (регистров), дневную выручку, дату и время окончания работы.

Отчетные ведомости показаний на конец рабочего дня вписываются в "Книгу кассира - операциониста".

По показаниям секционных счетчиков (регистров) на начало и на конец определяется сумма выручки. Сумма выручки должна соответствовать показаниям денежных суммирующих счетчиков и контрольной ленте. Она должна совпадать с суммой, сданной кассиром - операционистом старшему кассиру и уложенной в инкассаторскую сумку с итоговым чеком контрольно - кассовой машины.

После снятия показания счетчиков (регистров) либо распечатки, определения и проверки фактической суммы выручки делается запись в "Книге кассира - операциониста" и скрепляется подписями кассира и представителя администрации.

6.2. При расхождении фактическая сумма выручки определяется путем сложения сумм, напечатанных на контрольной ленте. При расхождении результатов сложения сумм на контрольной ленте с выручкой, определенной по счетчикам (регистрам), представитель администрации с кассиром должен выяснить причину расхождений.

Выявленные недостатки или излишки заносятся в соответствующие графы "Книги кассира - операциониста".

По результатам проверки администрация предприятия в случае недостатка денежных средств должна принять меры к взысканию ее с виновных лиц в установленном порядке, а при наличии излишков денежных средств оприходовать их по учету с отнесением на результаты хозяйственной деятельности.

6.3. Закончив оформление кассовых документов, кассир производит:

- межремонтное обслуживание машины и готовит ее к следующему дню в соответствии с требованиями руководства по эксплуатации на данный тип кассовой техники.

Кассиры (контролеры - кассиры, продавцы, официанты и др.), работающие на кассовых машинах, должны быть снабжены следующими принадлежностями по уходу за ними:

- щетками для чистки шрифтов чекопечатающего механизма;
- кистями для окраски подушек и валиков чекопечатающего механизма;
- пинцетами для изъятия застрявших чековых лент;
- формалином или другими средствами для периодической дезинфекции денежных ящиков кассовых аппаратов;
- соответствующими ключами к кассовым машинам.

Ключ для гашения технических прогонов должен находиться у старшего кассира.

После проведения технического обслуживания кассир:

- закрывает кассовую машину чехлом, предварительно отключив от питающей сети;
- сдает ключи от кассовой машины, кассовой кабины директору (заведующему) предприятия, дежурному администратору или старшему (главному) кассиру на хранение под расписку.

Старший (главный) кассир после получения всех необходимых документов составляет сводный отчет по форме N 25 (приложение 7) за текущий день.

Сводный отчет вместе с актами, приходными, расходными ордерами передается им в бухгалтерию до начала работы следующей смены.

6.4. Использованные кассовые чеки и копии товарных чеков хранятся у материально - ответственных лиц не менее 10 дней со дня продажи по ним товаров и проверки товарного отчета бухгалтерией.

Использованные контрольные ленты хранятся в упакованном или опечатанном виде в бухгалтерии предприятия в течение 15 дней после проведения и подписания результатов последней инвентаризации, а в случае недостатка - до окончания рассмотрения дела.

Данные в памяти вычислительной машины уничтожаются в сроки (3 года) не меньше вышеуказанных для электромеханических касс.

Ответственность за хранение в течение указанного срока кассовых чеков, копий товарных чеков, контрольных лент и сохранение информации памяти машин несут директора (заведующие) и владельцы предприятий.

После окончания установленного срока хранения использованные кассовые чеки, копии товарных чеков, контрольные ленты, распечатки сдаются по акту об их списании (уничтожении) организациям по заготовке вторичного сырья.

VII. Обязанности обслуживающих организаций и механика (оператора) по ремонту и техническому обслуживанию кассовых машин

В городах с развитой сетью торговых предприятий, оснащенных большим количеством контрольно - кассовых машин, следует организовывать и обеспечивать деятельность республиканских (республик в составе Российской Федерации) и региональных (краевых, областных, межрегиональных, районных, городских) технических центров по их ремонту и обслуживанию.

7.1. Технический центр обязан:

- направить представителя на предприятие (по его заявке) для вскрытия заводской упаковки и расконсервации приобретенной контрольно - кассовой машины;
- обеспечить входной контроль новых кассовых машин, поступающих с заводов - изготовителей; провести необходимые работы по расконсервации, регулировке и техническому освидетельствованию, диагностике;
- обеспечить надежное закрепление маркировочной таблички с заводским номером машины, исключающее ее замену;
- опломбировать кассовые машины совместно с налоговой инспекцией;
- изготовить и установить фирменное клише с наименованием торгового предприятия и номером расчетного узла (кассы) или ввести его программным методом;
- произвести ввод машин в эксплуатацию и принять на техническое обслуживание;
- производить ежегодное техническое обслуживание, технические освидетельствования и все виды ремонтов;
- проводить списание изношенных и морально устаревших кассовых машин, их разборку и утилизацию.

Техническое обслуживание машин осуществляется для поддержания в постоянной исправности, предупреждения выхода из строя при эксплуатации и продления срока службы. При организации технического обслуживания руководствуются соответствующими ГОСТами. Техническое обслуживание означает строгое соблюдение предусмотренных для каждого типа машин структуры планово-предупредительных ремонтов (ППР) и межремонтных сроков и включает: межремонтное обслуживание, осмотр машины, текущий и капитальный ремонты.

Межремонтное обслуживание производится кассирами ежедневно.

7.2. Обязанности механика по ремонту и техническому обслуживанию кассовых машин.

Механик проводит плановые технические осмотры, включающие проверку состояния механизмов машины, устранение мелких неисправностей.

7.2.1. Механик обязан:

- предъявлять директору или представителю администрации или главному кассиру предприятия служебное удостоверение с фотокарточкой и с разрешения администрации предприятия произвести в присутствии кассира (контролера - кассира, продавца, официанта и др.) и главного (старшего) кассира осмотр и ремонт кассовой машины;
- производить периодически осмотр и профилактический ремонт кассовой машины в соответствии со структурой ППР данной модели, смазку всех трущихся деталей и проверку работы чекопечатающего механизма (подачу чековой и контрольной ленты), работу нумератора, красящего приспособления, замков и других механизмов кассовой машины;
- проверить блокировки машины;
- заполнить журнал вызова технических специалистов и регистрации выполненных работ, сделав записи о проведенных работах в журнале и паспорте машины;
- по окончании ремонта опломбировать (в случае снятия пломбы) своей пломбой и сообщить в налоговую инспекцию о необходимости пломбировки данной машины (работа на кассовой машине до установки новой пломбы налоговой инспекции запрещается);
- установить и подключить (при необходимости) запасную кассовую машину;

- в случае необходимости ремонта денежных и контрольных счетчиков указать руководству торгового предприятия о необходимости направить машину в ремонт в технический центр (или другую обслуживающую организацию).

7.2.2. Ремонт и техническое обслуживание частными лицами запрещено.

7.2.3. Ремонт кассовых машин производить только после снятия показаний денежных суммирующих и контрольных счетчиков и снятия пломбы с кожуха аппарата (при необходимости).

7.2.4. Показания денежных и контрольных счетчиков по окончании ремонта проверяются, а кожух кассовой машины пломбируется. О результатах проверки машины и опломбирования кожуха составляется с участием механика акт по форме N 27 (приложение 2).

7.3. Обязанности оператора по ремонту и техническому обслуживанию электронных кассовых терминалов и контрольно - регистрирующих машин.

7.3.1. Специалисты по техническому обслуживанию и ремонту предъявляют директору (заведующему) предприятия, дежурному или главному (старшему) кассиру служебное удостоверение с фотокарточкой и, с разрешения администрации предприятия, производят в присутствии кассира (контролера - кассира, официанта) и главного (старшего) кассира осмотр, техническое обслуживание электронного кассового аппарата.

Ввод в эксплуатацию проводится специализированной подрядной организацией по отдельному договору согласно формуляру на кассовую машину.

КонсультантПлюс: примечание.

Решением ГМЭК от 24.06.2003 (протокол N 2/74-2003) утверждена Классификация изменений в контрольно-кассовых машинах.

7.3.2. Внесение изменений в программу работы электронной кассовой машины согласовывается с контролирующей организацией. Ремонт машины производится только после снятия показаний денежных суммирующих и контрольных счетчиков и при необходимости снятия пломбы с кожуха машины.

По окончании ремонта показания денежных и контрольных счетчиков проверяются, а кожух кассового аппарата пломбируется. О результатах проверки и пломбирования кожуха кассовой машины составляется акт по форме N 27 с участием директора, кассира - операциониста, специалиста техцентра и представителя налоговой инспекции.

7.3.3. Документы о неисправной работе денежных или контрольных счетчиков и заключение о пригодности электронной кассовой машины для дальнейшей работы или направлении ее в техцентр для ремонта подготавливает программист, заполняет паспорт на машину и журнал вызова технических специалистов и регистрации выполненных работ соответствующими записями.

7.3.4. Настройка механизма печати осуществляется лицами, имеющими квалификационную группу по технике безопасности не ниже третьей. При настройке пользоваться инструкцией по настройке и приемке, руководством по эксплуатации, а при необходимости отдельные работы по технологическому прогону производить в цехах с проверкой на стендах.

7.3.5. Работа по техническому обслуживанию и ремонту проводится специализированной организацией на договорных началах с потребителем. Гарантийный ремонт кассовой машины проводит завод-изготовитель или специализированная организация, имеющая договор с заводом - изготовителем за счет завода - изготовителя.

7.3.6. Обслуживающие (сервисные) службы должны выдавать потребителю технический паспорт машины, а лица, обслуживающие кассовые машины, должны вносить в паспорт следующие данные:

- 1) дата и время поступления заявки пользователя о ремонте;
- 2) дата и время начала ремонта;
- 3) общее описание результатов осмотра внешних повреждений машины (наличие или отсутствие печати на ленте обшивки машин и т.д.);
описание проявлений (признаков) отказов, сбоев и т.п.;
- 4) описание действий по ремонту или техническому обслуживанию машины, с вывозом машины из места ее установки или без вывоза;
- 5) номер последнего выданного чека;
- 6) дата и время окончания работы и подпись лица, выполняющего обслуживание;
- 7) дата и время обратной доставки машины в случае, если работы производились не в месте установки машины.

VIII. Правила техники безопасности

8.1. При работе и техническом обслуживании кассовой машины необходимо кассиру - операционисту и техническим специалистам выполнять требования в отношении техники безопасности, изложенные в ПТБ, ПТЭ, ПУЭ, а также в руководстве по эксплуатации на данный вид кассовых машин, в том числе:

- рабочее место кассира должно быть оборудовано так, чтобы исключить возможность соприкосновения работающего с токоведущими устройствами, шинами заземления, батареями отопления, водопроводными трубами;

- включать машину в сеть следует через специальную розетку, которая должна быть заземлена;

- не разрешается применять предохранители, не рассчитанные на ток, предусмотренный технической характеристикой данной машины, и включать машину в сеть без предохранителя (заменять предохранитель "жучком");

- до включения электромеханической машины в сеть необходимо проверить вращение рукоятки ручного привода против часовой стрелки;

- перед включением машины в электросеть надо осмотреть вилку, шнур, розетку и убедиться в их исправности (нет ли обрывов, оголений и т.п.);

- следует помнить, что у машин с автоматическим открыванием денежного ящика во время выдачи первого чека происходит выталкивание денежного ящика под действием пружин не менее чем на 1/3 его длины;

- не допускается вмешательство в работу машины после ее пуска до окончания рабочего цикла;

- при остановке машины по неизвестной причине, а также при внезапном стопорении (остановка машины при незаконченном рабочем цикле) необходимо отключить ее от сети электропитания. Все работы по проверке электромеханической машины вести, используя ручной привод. При этом не следует применять чрезмерных усилий, чтобы проверить механизмы машины, остановившейся по неизвестной причине;

- запрещается проводить техническое обслуживание машины, включенной в сеть электропитания;

- после окончания работы на машине необходимо отключить электропитание, вынув штепсельную вилку из розетки;

- не следует допускать к работе на машине лиц, незнакомых с правилами работы и техники безопасности.

8.2. В целях обеспечения безопасности работы кассира необходимо оборудовать кабину кассира устройством вызова охраны и администрации, а также предусмотреть аварийное освещение кассовой кабины.

Практическое занятие № 4

Разработка планограммы выкладки одной из товарных групп в магазине

У.12. размещать продовольственные и непродовольственные товары в магазине;

Ход работы:

Ознакомьтесь с теоретическими аспектами составления планограмм. Разработайте планограмму выкладки одной из товарных групп, присутствующих в ассортименте магазина.

Планограмма — схема выкладки товара на стеллажах и витринах торговых точек, которая составляется на основе анализа требований поставщика товара, возможности ритейлера, пожеланий покупателя. Выполняется вручную или с помощью компьютерных программ в виде изображений, чертежей, фотографий. Цель — управление восприятием и поведением потенциальных покупателей. Это один из эффективных инструментов мерчендайзинга и управления продажами в торговом зале.

С помощью планограммы можно увеличить товарооборот в магазине и заработать на продаже выгодных мест поставщикам. Иногда заключается соглашение между поставщиком и торговой точкой, фиксирующее место продукции на прилавке.

Планограмма помогает:

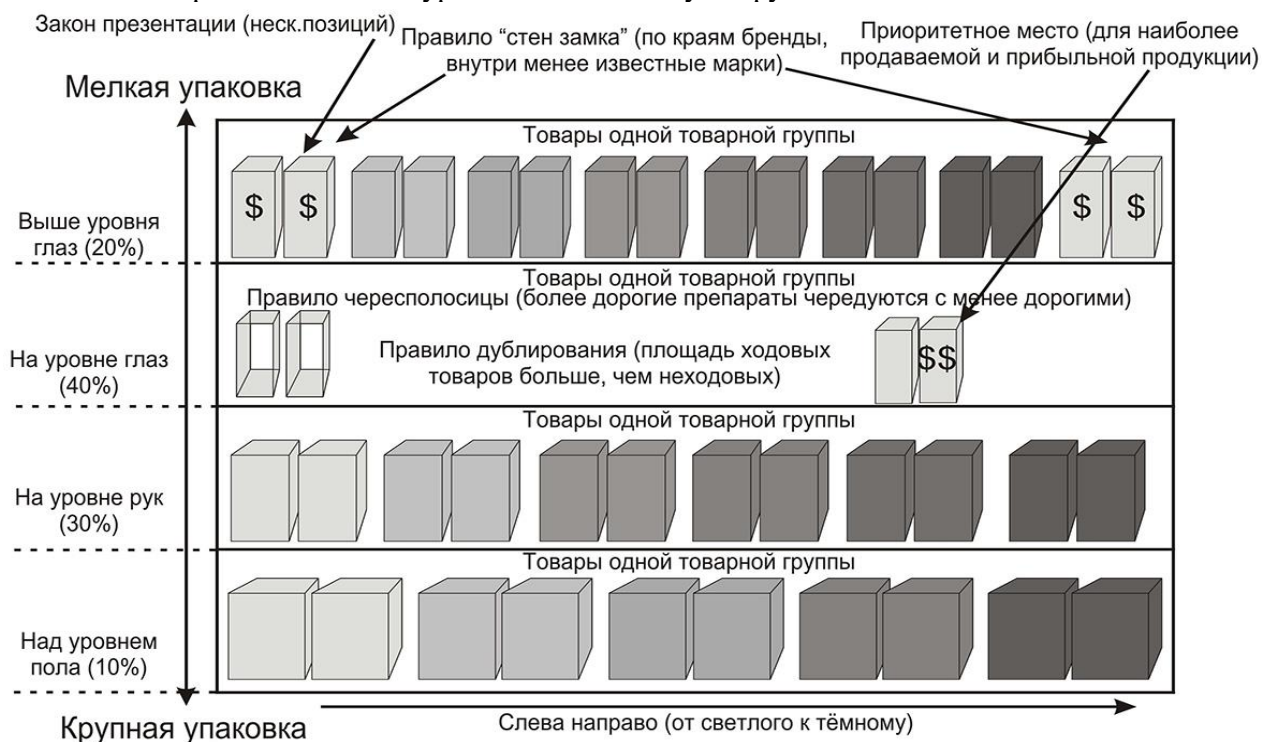
- Корректировать выкладку продукции в торговых точках
- Контролировать наличие ассортимента конкретной торговой марки
- Регулировать занимаемую площадь под определенный товар

Количество потенциальных покупателей, их распределение по торговой площади определяет коэффициент важности торговых мест. Товары, которые пользуются повышенным спросом, занимают наиболее заметные позиции. Выкладка товара должна демонстрировать продукцию,

облегчать ее поиск и выбор, а также создавать потребительские предпочтения. Рациональное размещение продаваемых позиций стимулирует поток покупателей.

При разработке планограммы придерживаются следующих принципов:

1. Наглядность, визуальная привлекательность, опрятность, эстетичность. Товар должен быть доступен для обзора: посетитель потратит меньше времени на поиск необходимого продукта
2. Разумное использование торговой площади и оборудования. Для каждого вида товара выделяют площадь, которая соответствует объему продаж продуктов. Максимальная площадь предназначена для рекламируемой и быстро реализуемой продукции
3. Системность. Группирование взаимосвязанных продуктов в одном месте (чай расположить недалеко от конфет, хозяйственные товары — от витрины с посудой)
4. Совместимость. Необходимо исключить отрицательное влияние товарного соседства: если кофе разместить рядом со специями, продукт приобретет посторонний запах или придаст его окружающим товарам
5. Недалеко от продукции повышенного спроса размещаются импульсивно приобретаемые предметы. Рациональное чередование дорогостоящих и дешевых товаров увеличивает прибыль магазина, привлекает внимание к вещам с противоположными свойствами.
6. Достаточность — полная демонстрация продукции магазина
7. Изделия должны располагаться на уровне глаз и вытянутой руки



Пошаговая инструкция создания планограммы витрин в магазине:

Полочное пространство можно разделить на:

- собственное торговое оборудование, предоставляемое для сети (брендируемые холодильники, торговые стойки и др.)
- полочное пространство сети

В первом случае вы можете делать что угодно и как угодно, в зависимости от своих целей. Если же рассматривать полочное пространство сети, то появляется проблема в виде занятости этого пространства конкурентами, а также сама сеть, которая в итоге и принимает решение о том, куда же все таки поставить ваш продукт. Поэтому в этом случае необходимо подойти к решению расположения продукта более детально.

Чтобы определить наиболее оптимальное место для своего продукта, необходимо, чтобы у вас было понимание существующей планограммы, как она выглядит без вашего продукта. Для этого достаточно ее запросить у представителя торговой сети (что порой бывает невозможно) или просто сфотографировать вашу категорию продукта в ближайшем супермаркете. Данную фотографию перенести на компьютер и открыть в любом простейшем графическом редакторе (например Power Point). Далее взять фотографию вашего продукта и перенести на планограмму. Пробуйте ставить ваш продукт в разные места, руководствуясь визуальным восприятием (например: рядом не должно быть похожего или сливающегося продукта, если конечно вы специально не преследуете эту цель), обращайте внимание на основных конкурентов, не размещайте продукт на краю полки.

У разных компаний схемы могут отличаться, но всех их объединяет общий принцип построения:

1. Для составления эффективной схемы требуется разработанная концепция одной полки и всей торговой точки. Определяют вид выкладки продукции и место ее расположения (прилавки, стенды, полки, корзины и другие места и способы). Товар должен быть заметным, привлекать внимание, заинтересовывать, упрощать поиск покупателю
2. После разработки ключевых пунктов начинают прорисовывать схему. На ней изображают торговое оборудование (отдел и каждую полку в нем). Отражают продукцию, учитывая размер, цвет, форму. Детальная прорисовка позволит сотрудникам магазина быстрее и легче ориентироваться в планограмме
3. Вводят условные обозначения каждого изделия для облегчения его выкладки
4. Планограмму одобряет руководство

В некоторых случаях поставщик предоставляет свою планограмму. Если ассортимент расширяется, спрос потребителей меняется, в планограмму вносятся корректировки.

Практическое занятие № 5

Анализ маркировки непродовольственных товаров. Анализ упаковки товаров, кол-во час.1

У 2. идентифицировать товары;

У.12.размещать продовольственные и непродовольственные товары в магазине;

У.13.создавать оптимальные условия хранения продовольственных и непродовольственных товаров;

Цель занятия – изучить: анализ маркировки, влияние упаковки и сервисного обслуживания на процесс принятия потребителями решения о покупке.

Задание 1:

1. Изучите маркировку товара по выбору.

Идентификация начинается с осмотра состояния упаковки и изучения маркировки. Изучите информацию, имеющуюся на этикетке и сравните ее с требованиями ГОСТ Р 51121-97 «Товары непродовольственные. Информация для потребителя. Общие требования». Результаты изучения маркировки и упаковки занесите в таблицу 1 и 2.

Таблица 1

Изучение маркировки потребительской тары товара

Требования к информации на этикетке	Фактические результаты	Заключение
-------------------------------------	------------------------	------------

Сделайте заключение о наличии или отсутствии информационной фальсификации.

Таблица 2

Результаты полноты маркировки потребительской тары товара

Наименование	Фактические	Требования
--------------	-------------	------------

показателей	результаты	ГОСТа
Состояние упаковки Маркировка		

Сделайте заключение о наличии или отсутствии информационной фальсификации.

2. Анализ упаковки и маркировки товара по выбору учащегося, определение массы нетто упаковки.

Сначала внимательно изучите упаковку, ее состояние и имеющуюся на ней информацию. Сравните информацию, имеющуюся на упаковке с требованиями ГОСТа. После чего определите соответствие массы товара указаниям массы на упаковке. Полученные результаты оформите в виде таблицы 3.

Таблица 3

Изучение маркировки и упаковки товара

Показатели	Требования нормативного документа	Фактические результаты
Состояние упаковки: Целостность Маркировка Масса нетто, г		

Сделайте заключение о наличии или отсутствии информационной фальсификации.

3. Провести идентификацию зашифрованных образцов товаров.

Сделайте заключение о наличии или отсутствии информационной фальсификации.

Задание 2

Каждая группа разрабатывает перечень требований к упаковке какого-либо товара с точки зрения: производителя, дистрибьютора, розничной сети, потребителя. Затем требования анализируются на совместимость (Анализ упаковки конфет).

Задание 3

Разработайте варианты упаковок для следующих товаров (определите форму упаковки, материал, из которого она будет выполнена, его фактуру и цвет, функциональные приспособления для удобства пользования товаром, содержание маркировки товара и ее расположение на упаковке):

а. туалетная вода для молодых и уверенных в себе женщин;

б. ювелирные украшения для мужчин;

в. шоколадное драже (монетки) для детей (взрослых);

г. детский конструктор; набор ниток для вышивания.

Какие характеристики упаковки помогают решать поставленные перед ней задачи?

Задание 4

Разработайте комплекс сервисных услуг, предлагаемых для подкрепления следующих товаров:

а. прокат видеокассет;

б. принтер;

в. электронный прибор для измерения артериального давления;

г. прогулочный катер;

д. программное обеспечение.

Каким потребностям клиентов соответствует та или иная предложенная вами сервисная услуга? Какие формы исполнения сервиса вы бы рекомендовали?

Практическое занятие № 6. Анализ хранения различных групп товаров. Создание оптимальных условий хранения продовольственных и непродовольственных товаров, кол-во час.1

У.13.создавать оптимальные условия хранения продовольственных и непродовольственных товаров;

Цель работы: научиться анализировать и оценивать, создавать оптимальные условия хранения различных видов продовольственных и непродовольственных товаров (на примере конкретного предприятия).

Задание:

1. Определить способы укладки различных видов товаров при хранении (по выбору, не менее 5 наименований).
2. Определить основные условия хранения данных товаров.
3. Определить возможные риски при хранении товаров.
4. Определить методы хранения данных видов продовольственных товаров.

Порядок выполнения работы:

1. Определить способы укладки определенных видов товаров на данном предприятии:

- макаронные изделия
- огурцы соленые, квашеная капуста
- мясные полуфабрикаты
- овощи, фрукты сушеные
- молочные продукты
- гастрономия
- бакалея
- стеллажный
- штабельный
- ящичный
- насыпной
- подвесной

2. Определить основные условия хранения данных видов товаров и соответствие их хранения основным требованиям на данном предприятии:

- температура
- влажность воздуха
- сроки хранения

3. Определить возможные риски хранения данных видов товаров:

- естественная убыль (усушка, распыл, выветривание)
- ненормируемые потери: бой, порча

4. Определить методы хранения данных видов товаров:

- хранение в свежем виде
- хранение в замороженном виде
- хранение в сушеном виде
- хранение в сушеном виде
- хранение в квашеном виде
- хранение в консервированном виде

Определите название данных методов хранения

Составьте отчет по форме

Наименование товара	Способ укладки товара	Условия хранения	Соответствие условий необходимым требованиям	Риски при хранении
---------------------	-----------------------	------------------	--	--------------------

Практическое занятие № 7.

Распознавание дефектов непродовольственных товаров, кол-во час.1

У.10.распознавать дефекты товаров;

Цель – научиться определять дефекты непродовольственных товаров на основе внешних признаков.

В «Справочнике товароведов непродовольственных товаров» приведены необходимые сведения о товарах хозяйственного назначения, предметах домашнего обихода, строительных материалах.

1. Пользуясь «Справочником товароведов недовольных товаров» определить возможные дефекты недовольных товаров и причины их возникновения (по выбору учащегося).
2. По действующим ГОСТ и справочникам представить условия и сроки хранения указанных товаров.
3. Результаты представить в виде таблицы.
4. Сформулируйте основные выводы анализа дефектов недовольных товаров.
5. Оформите отчеты.

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цели работы.
3. Задание.
4. Ответы на задание.
5. Выводы.

Примечание:

1. Работа может выполняться как индивидуально, так и малыми группами (2-3 чел.).
2. Необходимые рекомендации и пояснения по выполнению работы дает преподаватель.

Практическое занятие № 8

Анализ потребительских свойств товаров, кол-во час.1

У.9.оценивать качество товаров и устанавливать их градации качества;

Цель работы – анализ и оценка номенклатуры потребительских свойств и показателей качества недовольных и производственных товаров по стандартам, установление групп, подгрупп свойств и показателей, их характеризующих.

Задание 1. Проанализируйте требования к качеству двух стандартов на недовольные товары. Отнесите регламентируемые стандартом показатели к одной из групп, входящих в номенклатуру потребительских свойств. Результаты оформите в виде таблицы 1.

Таблица 1

Номенклатура потребительских свойств и показателей качества недовольных товаров

Наименование товара,

N стандарта

Потребительские свойства

Показатели качества стандарта или ТУ

группа

подгруппа

Назначение

Надежность

Эргономические

Эстетические

Экологические

Безопасности

Функциональное

социальное

универсальное

классификационное

долговечность

безотказность
ремонто-пригодность
сохраняемость
антропометрические
психологические
психолого-физиологические

Задание 2. Укажите, какие из выявленных групп и подгрупп потребительских свойств, а также показателей качества товаров относятся к обязательным, а какие предназначены для идентификации (распознавания) ассортиментной характеристики товаров. Выявите показатели, имеющие наибольшую значимость для создания потребительских предпочтений.

Задание 3. Дайте оценку двух образцов заварочных чайников (в сравнении)

Чайник 1. Изготовлен из мягкого классического фарфора – белый, просвечивает, изготовлен пластичным формованием. Вместимость 500см³, крышка с конусообразной ручкой, носик с сеткой внутри, форма цилиндрическая. Украшение живопись – темно-розовые цветы. Ручка округлая, далеко отстает от корпуса.

Чайник 2. Изготовлен из полуфарфора, вместимость – 400 см³, носик сужен к вершине, без сетки. Крышка с фиксатором. Метод литья – плавные сочленения ручки, корпуса, носика. Ручка крышки – грибок. Украшение полу литьё бледно-зеленого цвета.

Задание 4. Проанализируйте требования к качеству двух стандартов на продовольственные товары. Отнесите регламентируемые стандартом показатели к одной из групп, входящих в номенклатуру потребительских свойств. Результаты оформите в виде таблицы 2.

Таблица 2

Номенклатура потребительских свойств и показателей качества продовольственных товаров

Наименование товара,

№ стандарта

Потребительские свойства

Показатели качества стандарта или ТУ

группа

подгруппа

Назначение

Надежность

Эргономические

Эстетические

Экологические

Безопасности

Функциональное

социальное

универсальное

классификационное

долговечность

безотказность

ремонто-пригодность

сохраняемость

антропометрические

психологические

психолого-физиологические

Задание 5. Укажите, какие из выявленных групп и подгрупп потребительских свойств, а также показателей качества товаров относятся к обязательным, а какие предназначены для

идентификации (распознавания) ассортиментной характеристики продовольственных товаров. Выявите показатели, имеющие наибольшую значимость для создания потребительских предпочтений.

Практическая работа № 9

Анализ нормативных документов, связанных с приемкой товара, оформление товарно-сопроводительных документов. Осуществление приемки товаров по количеству и качеству. Оформление продовольственных и непродовольственных товаров, кол-во час.1

У 1. осуществлять приемку товаров по количеству и качеству;

У 2. идентифицировать товары;

У.11. оформлять товарно-сопроводительные документы;

Цель работы: научиться анализировать правила приемки товаров по качеству и количеству (на примере конкретного предприятия), оформлять товарно-сопроводительные документы. Используя нормативные документы, научиться решать ситуации, связанные с приемкой товаров по количеству и качеству, их оформлением.

Задание 1: Ознакомиться с правилами приемки товаров в определенном предприятии:

1. Определить лицо, ответственное за прием товара на предприятии.
2. Установить этапы приемки товаров.
3. Определить правила приемки товаров по количеству.
4. Определить правила приемки товара по качеству.
5. Ознакомиться и заполнить документы, используемые при приемки товаров, оформить товарно-сопроводительные документы.

Порядок выполнения работы

1. Установите лицо, отвечающее за приемку товаров на предприятии.
2. Установите этапы приемки товаров определенных видов товаров (по выбору, не менее 5 наименований)
 - по качеству;
 - по количеству;
3. Ознакомьтесь с правилами приемки товара по количеству:
 - Предварительная приемка:
 - изучение документов: счет-фактура, товарно-транспортная накладная;
 - определение веса брутто
 - Окончательная приемка:
 - определение веса нетто;
 - определение веса тары;
4. Ознакомьтесь с правилами приемки товара по качеству:
 - установить соответствие сроков приемки для скоропортящихся товаров, (используя знания полученные на производстве)
5. Ознакомиться с документами, используемыми при приемке товаров.
6. Оформить товарно-сопроводительные документы.

Составить отчет по форме:

Наименование товара	Вес брутто	Вес нетто	Вес тары	Соответствие необходимым срокам приемки	Соответствие товара требованиям качества	Соответствие товара необходимым требованиям (наличие определенных документов)
---------------------	------------	-----------	----------	---	--	---

Контрольные вопросы

1. Назвать основные этапы приемки товара.
2. Как и по каким документам производят приемку продуктов на предприятиях.
3. Какие установлены сроки приемки товаров.
4. Как производят приемку товаров по качеству.
5. В каких случаях товар запрещается принимать.
6. Назвать нормативно-техническую документацию, регламентирующую снабжение.

Задание №2

Изучить основные разделы инструкции № П-6 «О порядке приемки продукции производственно - технологического назначения и товаров народного потребления по количеству», № П-7 «О порядке приемки продукции производственно- технологического назначения и товаров народного потребления по качеству», правила приемки товаров, поступивших в таро- оборудовании.

Задание № 3

Записать размеры штрафных санкций, возникающих при приемки товаров поступивших в таре-оборудовании. Размеры штрафных санкций:

Пункт 23. За доставку товаров в неисправной или неопломбированной таре- оборудовании по вине поставщика последний уплачивает покупателю штраф в размере 5% стоимости товаров, доставленных в такой таре-оборудовании.

Пункт 24. За отгрузку товаров в таре- оборудовании с нарушением согласованной схемы выкладки поставщик уплачивает покупателю штраф в размере 2% стоимости неправильно выложенных товаров. Пункт 25. За просрочку возврата тары-оборудования покупатель уплачивает поставщику штраф в следующих размерах от оптовой цены: при просрочке до 10 дней- 100%; при просрочке от 11 до 20 дней- 200%.

За просрочку возврата тары- оборудования свыше 20 дней покупатель уплачивает поставщику штраф в размере ее двукратной цены, а также возмещает стоимость тары-оборудования по оптовой цене, если не является ее владельцем.

Задание № 4

Решите ситуации:

- Какой порядок приемки продукции, поставляемой в поврежденной таре;
- Сроки приемки продукции по количеству;
- Сроки явки поставщика изготовителя для участия в составлении акта;
- С участием кого производится приемка продукции, если представитель отправителя не явился;
- Что указывает в акте о недостатке продукции; кем он утвержден и в какой срок;
- На основе каких сопроводительных документов производится приемка товаров по количеству;
- В магазин поступила колбаса вареная в/с «Любительская» в пластмассовых ящиках. Как вы будете принимать товар?
- При поступлении шоколада в магазине обнаружено повреждение ящика. Как вы примете товар в данном случае?
- Изучите сроки приемки товаров по качеству;
- В соответствие с какими документами производится приемка товаров по качеству;
- Кто участвует в составлении акта в случае недопоставки;
- В магазин поступил скоропортящийся товар. Спустя 3 суток после поступления товара, при вскрытии тары, была обнаружена недоброкачественность товара. Можно ли оформить акт о ненадлежащем качестве товара?
- В какой срок необходимо принять по качеству табачные изделия, поступившие с Феодосийской фабрики?
- Как вы поступите, если приостановлена приемка товаров по качеству, а представитель поставщика не явился по вызову в указанный срок?

- При приемке рыбных консервов с Ялтинского рыбокомбината обнаружено, что часть банок оказались бомбажными. Товар поступил в гастроном. В какой срок должен явиться представитель базы по вызову покупателя?
 - В гастроном поступило деформированное мороженое, небрежно завернутое, в этикетках с плохим рисунком, с ломаными вафлями. Ваше мнение о приемке товара.
 - На основании договора о поставке ЧП «Каленик» обязалось возвратить тару на сумму 100, 00 р. Фирме «Оболонь» через два дня после поставки товара, а вернуло только через 20 дней. Определить размеры штрафной санкции.
 - В соответствии с договором о возврате тары, магазин «Продукты» обязался вернуть тару от пирожных, ялтинскому хлебокомбинату, в количестве 10 контейнеров, по цене 10, 000 р. за один контейнер. Контейнеры должны были вернуть до 27 ноября, но в назначенный срок тара не была возвращена. Рассчитайте сумму штрафа.
 - Гастроном просчитал на 4 дня возврат пластиковой тары Ялтинскому гормолзаводу. Рассчитайте сумму штрафа, если стоимость одного ящика 12, 000 р., количество 24 штуки.
 - При получении пива «Жигулевское» от Ялтинского пивзавода, оказалось, что в 4 единицах тары- оборудования, нарушена схема выкладки. Рассчитайте сумму штрафа, если стоимость пива- 1, 50 р. за бутылку, количество бутылок в одной единице тары- оборудования- 360 штук.
- ГПРТ «Гастроном» возвратил поставщику ОАО «Соверен» таро- оборудование, после неоднократных напоминаний, через 15 дней. Оптовая цена таро- оборудования составляет 50, 000 р., за единицу, всего возвращено 8 единиц. Определите размер штрафа

Практическое занятие №10

Идентификация товаров. Анализ размещения товаров в магазине, кол-во час.1

У 2. идентифицировать товары;

У.12.размещать продовольственные и непродовольственные товары в магазине;

Цель работы:

- изучить порядок проведения идентификации продукции; научиться устанавливать тождественность изделия его наименованию и другим характерным признакам,
- изучить размещение товаров в магазинах и провести анализ полученных данных, касающихся эффективности работы магазинов.

Задание 1.

Сведения из теории

Важнейшее место в сертификации товаров занимает *идентификация*.

ВФЗ «О техническом регулировании» и нормативном документе ГОСТ Р 51293–99 «Идентификация продукции. Общие положения» даны определения термина и регламентированы основные положения по проведению работ и оформлению результатов идентификации продукции.

Под *идентификацией* понимается процедура установления соответствия конкретной продукции образцу и(или) ее описанию, т.е. заявленной о нем информации и основным требованиям, предъявляемым к данному виду.

Описание продукции – набор признаков, параметров, показателей и требований, характеризующих продукцию, установленных в соответствующих документах.

Продукция – добытый, изготовленный продукт труда, предназначенный для удовлетворения общественной или личной потребности.

Результат идентификации – заключение о соответствии (несоответствии) конкретной продукции образцу и(или) ее описанию.

Цели идентификации:

- обеспечение безопасности продукции для окружающей среды, жизни, здоровья потребителя, его имущества;
- защита потребителя от недобросовестного изготовителя (поставщика, продавца),
- выявление и подтверждение подлинности конкретного вида и наименования товара;

подтверждение соответствия продукции предъявленным к ней требованиям.

Задача идентификации – выявить соответствие или несоответствие изделий определенным требованиям.

ГОСТ Р 51293–99 «Идентификация продукции. Общие положения» распространяется на продукцию, производимую и реализуемую на территории Российской Федерации, экспортируемую продукцию, а также на продукцию импортного производства, поставляемую для реализации в РФ.

Стандарт устанавливает общие положения по проведению работ и оформлению результатов идентификации продукции.

Идентификацию продукции проводят:

органы по сертификации – при обязательной или добровольной сертификации;

уполномоченные на то федеральные органы исполнительной власти при осуществлении контрольно-надзорных функций в пределах их компетенции;

иные органы и организации в случаях, предусмотренных Законами, иными нормативными и правовыми актами Российской Федерации, также в инициативном порядке.

Нормативные требования по процедурам идентификации и ссылки на нормативные документы, регламентирующие общие требования к информации о продукции, могут приводиться в нормативных документах по сертификации конкретных видов продукции.

Если идентификацию продукции проводят на соответствие сертификату, то в нем должны быть указаны: модель, тип, номер серии, партии продукции и другие данные, позволяющие отнести конкретный сертификат к конкретной продукции, которая была сертифицирована.

Порядок проведения и данные, необходимые для идентификации продукции сертификату, устанавливаются в правилах систем сертификации.

При отрицательных результатах идентификации продукции дальнейший процесс сертификации не производится. Нет смысла оценивать качество той или иной продукции или осуществлять инспекционный контроль за ее качеством, если нет уверенности в том, что представленные для сертификации образцы отвечают своей ассортиментной принадлежности к конкретному виду или конкретной партии товара.

В зависимости от назначения различают следующие виды идентификации: ассортиментная (видовая), качественная и товарно-партионная.

Ассортиментная идентификация – это установление соответствия наименования товара по ассортиментной принадлежности, обуславливающей предъявляемые к нему требования. Этот вид идентификации применяется для подтверждения соответствия товара его наименованию при всех видах оценочной деятельности, но особое значение он имеет при сертификации товаров. Видовая идентификация одновременно служит методом выявления несоответствия, что определяется как фальсификация.

Качественная идентификация – это установление соответствия требованиям качества, предусмотренным нормативной документацией. Этот вид идентификации позволяет выявить наличие допустимых и недопустимых дефектов, а также соответствие товарному сорту, указанному на маркировке и(или) в сопроводительных документах. При такой идентификации устанавливается градация качества: стандартная или нестандартная продукция.

Товарно-партионная идентификация – одна из наиболее сложных видов деятельности, в ходе которой устанавливается принадлежность представленной части товара конкретной товарной партии. Сложность заключается в том, что в большинстве случаев отсутствуют или не очень надежны критерии для идентификации.

К средствам идентификации товаров относятся: маркировка товаров; нормативные документы, регламентирующие показатели качества; технические документы, в т.ч. товарно-сопроводительные документы (накладные, сертификаты, качественные удостоверения и т.п.), а также документально оформленные результаты испытаний образцов сертифицируемого товара.

В качестве критериев идентификации используются результаты органолептических, химических, физико-механических и других показателей, характеризующих состав и свойства товаров. Критерии идентификации должны быть объективными и независимыми от субъективных параметров, присущих испытателю (его компетентности, профессионализму, заинтересованности), а также от условий и методов испытаний.

Решающее значение для идентификации имеет товарная информация. Она может быть основополагающей, коммерческой и потребительской.

К *основополагающей информации* относятся вид и наименование товара, его сорт, масса нетто, изготовитель, дата выпуска, срок годности и т.п.

Коммерческая товарная информация – сведения о товаре, дополняющие основную информацию и предназначенные для изготовителей, продавцов и поставщиков. Эта информация содержит данные о нормативных документах, качестве товаров, ассортиментных номерах продукции по ОКП или ТН ВЭД и т.п. Типичным примером коммерческой информации является штриховое кодирование.

Потребительская товарная информация – сведения о хранении или годности.

Одним из основных средств товарной информации служит маркировка. *Маркировка* – текст, условные обозначения, рисунок, нанесенные на упаковку или товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств.

Товарные знаки и знаки обслуживания (ТЗ) – обозначения, способные отличать соответственно товары и услуги одних юридических лиц от товаров и услуг других юридических лиц. Определение этого термина регламентируется ФЗ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименования мест происхождения товара».

Ассортиментные ТЗ – знаки, предназначенные для идентификации ассортиментной принадлежности: видовые – по виду товара, а марочные – по торговой марке и наименованию.

Маркирование знаком соответствия служит одним из способов подтверждения соответствия товаров.

Знак соответствия – защищенный в установленном порядке знак, применяемый или выданный в соответствии с правилами системы сертификации, указывающий, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что данная продукция, процедура или услуга соответствуют конкретному стандарту или другому нормативному документу. Знак соответствия, применяемый на основании декларации о соответствии, должен иметь отличия от знака соответствия, применяемого на основании сертификата соответствия (при применении знака соответствия для продукции, соответствие которой подтверждено декларацией о соответствии, код органа по сертификации, зарегистрировавшего декларацию о соответствии, под графическим изображением знака не ставится).

Штриховой код (ШК) – знак, предназначенный для автоматизированной идентификации и учета информации о товаре, закодированной в виде цифр и чередования черных и светлых полос различной толщины (штрихов и пробелов). Считывание происходит с помощью сканирующего устройства, которое расшифровывает коды и передает информацию на ЭВМ. Штрих-код является индивидуальным знаком, который присваивается товару определенной торговой марки и ее разновидностям – артикулам.

Поскольку соответствие товара заявленной информации – обязательное требование, процедура идентификации является очень важным этапом общей оценки товара и проводится по всем заявленным характеристикам, включая наименование, и, как правило, в три этапа (табл. 1).

Т а б л и ц а 1 – Последовательность проведения идентификации товаров

Этап	Последовательность операций
1. Предварительная идентификация	Изучение и анализ документов, маркировки Первоначальный общий осмотр упаковки;

	индивидуальной тары, содержимого или самого товара Выделение соответствующих и несоответствующих характеристик Использование в определении характеристик органолептических и экспресс-методов Определение показателей для испытаний физико-химическими и другими методами
2. Заключительная идентификация	1. Анализ данных испытаний 2. Заключительный полный анализ
3. Составление заключения	Заключение о соответствии (несоответствии)

Работу по идентификации частично проводят при предварительном осмотре товара и документов на него с использованием органолептических и экспресс-методов (предварительная идентификация). Заключительную идентификацию осуществляют после определения экспертом показателей (критериев идентификации и проведения лабораторных испытаний (измерение, взвешивание, определение состава и т.д.). По результатам предварительной идентификации и лабораторных испытаний проводят заключительную идентификацию.

Результаты идентификации конкретной продукции оформляют в порядке, предусмотренном правилами сертификации однородных видов продукции, либо в виде заключения. При подготовке заключения используют результаты: экспертизы документации; инструментальной, органолептической и визуальной проверок, опробирования, испытаний образца. Заключение подписывают эксперт или уполномоченное лицо органа (организации), проводящего идентификацию, и скрепляют печатью этого органа (организации). Форма заключения для идентификации конкретной продукции приведена в приложении 2.

Порядок выполнения работы:

1. Изучить порядок проведения идентификации продукции.
2. Установить тождественность конкретного изделия (по заданию преподавателя) наименованию и другим характерным признакам.
3. Оформить результат идентификации конкретного изделия в виде заключения.
4. Сделать вывод по работе.

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение идентификации продукции.
2. Перечислите этапы процедуры идентификации изделия.
3. Объясните процедуру идентификации на соответствие наименованию и основным функциональным свойствам.

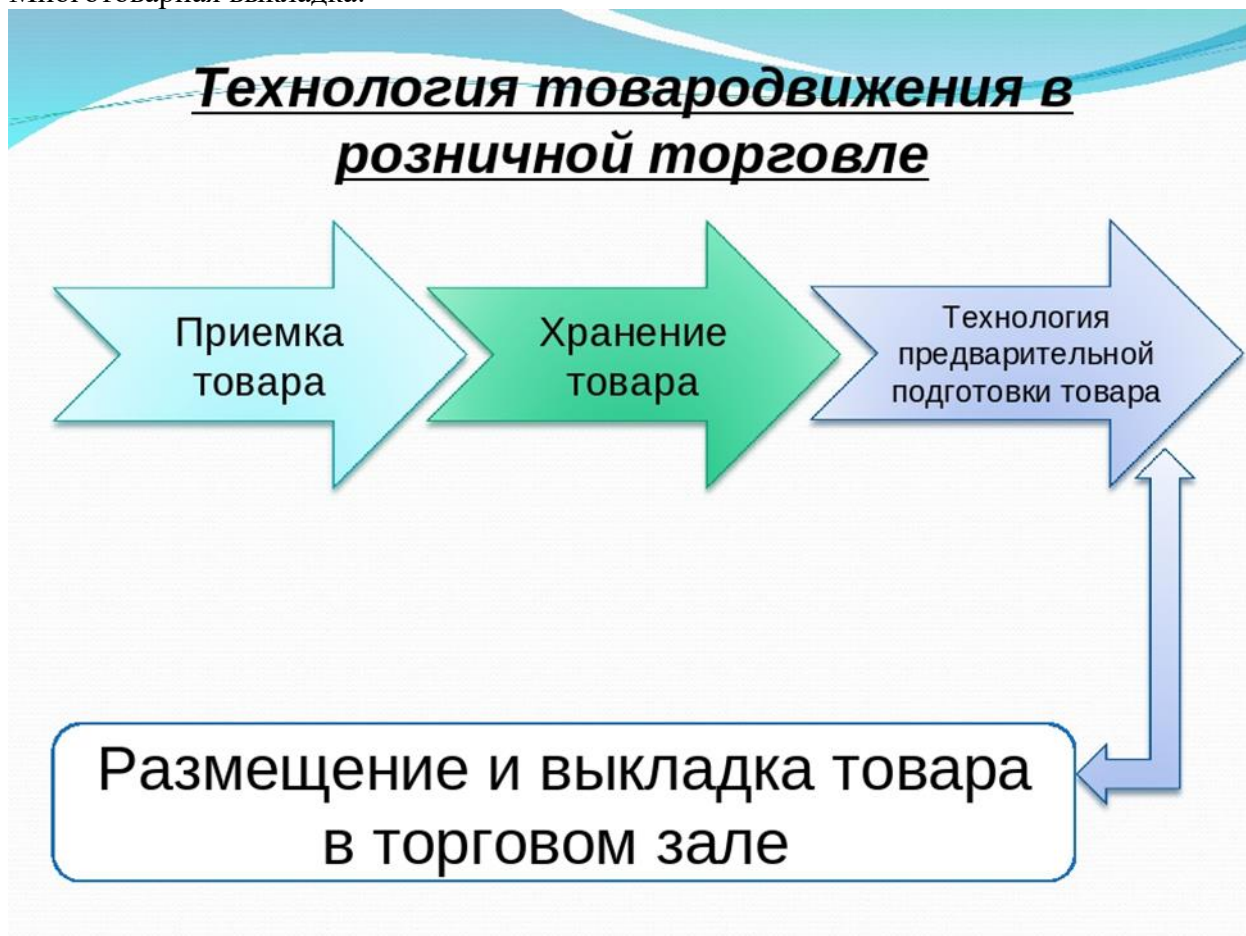
Задание 2:

- 1.Посетите 2 магазина (по согласованию с преподавателем).
- 2.Изучите размещение товаров в магазинах. Составьте соответствующую схему.
- 3.Укажите основные требования, предъявляемые к организации размещения товаров в магазинах.
4. Сопоставьте основные характеристики каждого магазина с рекомендуемыми параметрами.
5. Сформулируйте основные выводы, касающиеся путей и направлений для совершенствования организации размещения товаров в магазинах.
6. Выполните сравнительную характеристику изученных магазинов по данному критерию.

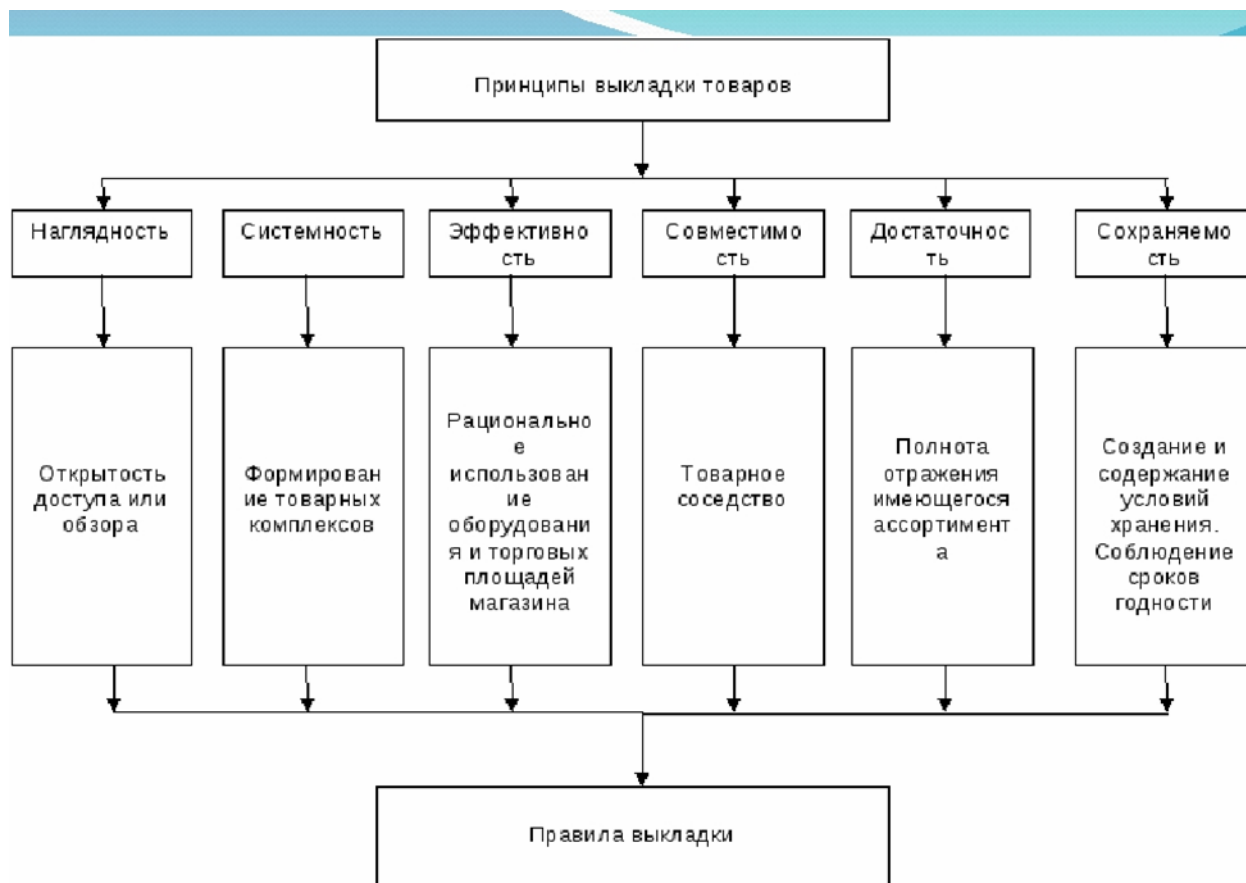
7. Сформулируйте основные выводы, касающиеся эффективности работы данных магазинов с точки зрения анализа размещения товаров в магазинах.
6. Оформите отчеты.

Практическое занятие № 11. Разработка правил выкладки товаров на торговом оборудовании, кол-во час.1

У.12.размещать продовольственные и непродовольственные товары в магазине;
Виды выкладки товара Вертикальная выкладка. Горизонтальная выкладка. Дисплейная выкладка. Специальная выкладка. Массовая выкладка. Выкладка «навалом». Многотоварная выкладка.



Непосредственная выкладка товара: Во-первых, товары нужно размещать «лицом» и не загораживать основную информацию, чтобы покупатель без труда мог ее рассмотреть. Во-вторых, торговое оборудование не должно быть перегружено, поскольку завалы товара снижают общий вид и эстетическую привлекательность. В-третьих, человек должен иметь возможность легко доставать продукты, иначе он просто откажется от покупки. К примеру, вряд ли кто-то будет тянуться за той же пятикилограммовой упаковкой порошка на самую верхнюю полку, которая располагается выше среднего роста человека. В-четвертых, в некоторых случаях продукт нужно оставить без основной упаковки (например, бытовую технику), чтобы человек мог без труда с ней ознакомиться.



Правила выкладки

- 1) торговая мебель должна быть чистой, без пыли и пятен (особенно на стекле). У покупателя чистота и порядок ассоциируются с качеством товара и профессионализмом продавцов;
- 2) ценники должны быть четкими, содержать правильно написанное название товара и обязательно располагаться рядом с ним;
- 3) при выкладке товаров в упаковке рекомендуется поместить один образец без неё или в прозрачной упаковке, чтобы покупатель имел представление о её содержимом (например, комплект белья);
- 4) все товары выкладывают этикетками и рисунками на упаковке в сторону, обращённую к покупателю;
- 5) запрещается выкладывать товары в загрязненной и деформированной упаковке;
- 6) не допускается неверное использование предоставляемых фирменных стеллажей - фирменные стеллажи используют только для фирменных товаров, запрещается размещать на свободном месте товары фирм-конкурентов;
- 7) не допускается дезорганизованная выкладка товаров на стеллажах – не допустимо чтобы на полке одной товарной группы располагались товары другой товарной группы;
- 8) полочное пространство не должно быть перегружено или пустовать.

Задание.

1. Изучите размещение товаров в магазинах. Разработайте правила выкладки товаров.

2. Используя перечень непродовольственных товаров, осуществите их выкладку. Выкладку осуществите схематично.
3. Используя перечень непродовольственных товаров, осуществите их выкладку горизонтальным и вертикальным способами. Выкладку осуществите схематично.
4. Оформите отчеты.

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цели работы.
3. Задание.
4. Ответы на задание.
5. Выводы.

Примечание:

1. Работа может выполняться как индивидуально, так и малыми группами (2-3 чел.).
2. Необходимые рекомендации и пояснения по выполнению работы дает преподаватель.

Практическая работа № 12

Оценка качества товаров на примере нескольких групп, кол-во час.1

У.5. Оформлять продовольственные и непродовольственные товары;

У.9.оценивать качество товаров и устанавливать их градации качества;

У.10.распознавать дефекты товаров;

Цель работы – приобретение умений определять градации качества продовольственных и непродовольственных товаров, изучение их отличительных признаков.

Задание 1. Проанализировать разделы “Технические требования” трех стандартов на разные виды продукции, делящихся на товарные сорта. Выявить показатели качества товаров одного наименования: а) с общими значениями для всех товарных сортов; б) с различными значениями. Результаты записать в виде таблицы 1.

Таблица 1

Общность и различия в значениях показателей качества товаров разных градаций

Наименование товара

ГОСТ №

Значения показателей качества для разных товарных сортов

общие

различные

Пример:

Мука пшеничная

Вкус и запах

Цвет

Количество и

качество клейковины

Зольность

Заключение: Обобщить данные таблицы 1, выявив общность и различия между значениями показателей качества анализируемых видов товаров.

Задание 2. Проанализировать требования к качеству продовольственных товаров, подразделяющихся на номера и/или марки.

Объекты исследования: соль поваренная, крупы: ячменная (ячневая и перловая), пшеничная шлифованная, манная;

Выявить отличительные признаки номеров и марок товаров двух наименований.

Результаты заполнить в таблицу 2.

Отличительные признаки товаров разных номеров и марок	
Наименование	
товара	
Градации качества	
Отличительные признаки товаров разных номеров или марок	
номера	
марки	
Пример:	
Ячневая крупа	
Манная крупа	
1,2,3	
-	
-	
Т, МТ, М	
Размер крупинок	
Прочие признаки (указать конкретно)	
Цвет	
Прочие	

Заключение: Обобщить данные таблицы, выявить общность или различия показателей качества номеров и/или марок анализируемых товаров.

Задание 3. Определить товарный сорт товаров трех наименований. Выявить принципы деления товаров на сорта (сырьевой, технологический или комбинированный).

Задание может выполняться путем решения ситуационных задач

При определении товарного сорта натуральных образцов задание следует выполнять по следующему алгоритму:

- определение действительных значений показателей качества, определяющих товарный сорт;
- сопоставление действительных и регламентируемых стандартами значений показателей качества;
- установление соответствия образца требованиям определенного товарного сорта;
- заключение о товарном сорте.

При решении ситуационных задач первая операция указанного алгоритма не выполняется, так как фактические значения показателей качества приводятся в условии задачи.

1. Определите товарный сорт ядрицы, если в навеске массой 25 г обнаружено: 0,1 г сорной примеси; 0,075 г испорченных ядер; 0,3 г колотых ядер. Возможна ли реализация данной крупы, если на маркировке указан 1 сорт? Можно ли предъявить претензии поставщику? На каком основании?

2. Определите вид и товарный сорт рисовой крупы, если крупа имеет шероховатую поверхность, а навеске массой 25 г обнаружено содержание: нашелушенных зерен – 0,045 г; минеральных примесей – 0,0125 г; дробленых зерен – 2,5 г. Возможна ли реализация данной крупы, если в качественном удостоверении указан в/с? Можно ли предъявить претензии поставщику? На каком основании?

3. При проверке качества пшена шлифованного в навеске массой 25 г обнаружено: содержание сорной примеси 0,075 г; испорченных ядер – 0,0125 г; битых ядер – 0,2 г. Определите товарных сорт пшена шлифованного.

Задание 4. Проанализировать разделы “Технические требования” трех стандартов на разные виды непродовольственных товаров, делящихся на товарные сорта. Выявить

показатели качества товаров одного наименования: а) с общими значениями для всех товарных сортов; б) с различными значениями. Результаты записать в виде таблицы 1.

Таблица 1

Общность и различия в значениях показателей качества товаров разных градаций	
Наименование товара	
ГОСТ №	
Значения показателей качества для разных товарных сортов	общие
	различные

Закключение: Обобщить данные таблицы 1, выявив общность и различия между значениями показателей качества анализируемых видов непродовольственных товаров.

Задание 5. Проанализировать требования к качеству непродовольственных товаров, подразделяющихся на номера и/или марки.

Объекты исследования:

Пищевые продукты – бумага, цемент и др.

Выявить отличительные признаки номеров и марок товаров двух наименований.

Результаты записать в таблицу 2.

Таблица 2

Отличительные признаки товаров разных номеров и марок	
Наименование	
товара	
Градации качества	
Отличительные признаки товаров разных номеров или марок	номера
	марки

Закключение: Обобщить данные таблицы, выявить общность или различия показателей качества номеров и/или марок анализируемых товаров.

Задание 6 Определение физических свойств образцов продовольственных товаров.

Проанализируйте разделы «Технические требования»:

ГОСТ Р 51783-2001 «Лук репчатый свежий, реализуемый в розничной торговой сети»,

ГОСТ Р 51782-2001 «Морковь столовая свежая, реализуемая в розничной торговой сети»,

ГОСТ Р 51603-2000 «Бананы свежие» и выпишите размерно-массовые характеристики

выступающие показателями качества:

Размерно-массовые характеристики

Наименование показателя качества

ГОСТ Р 51783-2001 «Лук репчатый свежий, реализуемый в розничной торговой сети»

ГОСТ Р 51782-2001 «Морковь столовая свежая, реализуемая в розничной торговой сети»

ГОСТ Р 51603-2000 «Бананы свежие»

Масса

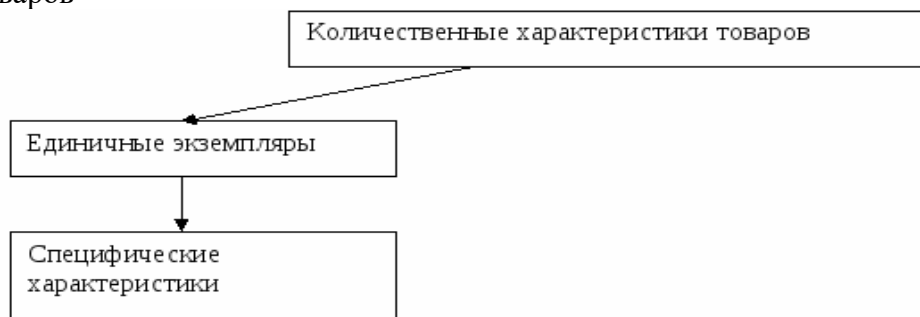
Длина

Площадь

Объем

Укажите отличия единичных экземпляров от товарной партии.

Продолжите схему классификации общих количественных характеристик товаров



Задание 7. Определение физических свойств образцов недовольственных товаров

Рассмотреть влияние баланса на качество одежды.

Баланс (Б) рассчитывают по формуле:

$$Б = (D_{тп} - D_{тс})/2 + 0,2(C_1 - C_2) - 0,2C_{ш} + П$$

Где $D_{тп}$ - длина талии переда, см; $D_{тс}$ - длина талии спины, см;

C_1 и C_2 - полуобхваты груди первой и второй, см; $C_{ш}$ - полуобхват шеи, см;

$П$ - припуск, заносащий от вида изделия (для жакета 1,5, для пальто 2,0, для платья 1,0) см.

Используя данную информацию, вычислите баланс представленного изделия. Цифровые данные сравните с таблицами ГОСТа на измерения типовых фигур.

Задание 8. Рассмотреть влияние припусков на качество изделий. Величину измерения в готовом виде на каком-либо участке ($I_{изд.}$) определяют по формуле: $I_{изд.} = I_{ф} + П_{св}$,

$I_{ф}$ - измерение типовой фигуры на этом участке;

$П_{св}$ - припуск на свободное облегание.

$П_{св} = I_{изд.} - I_{ф}$.

Результат измерений изделия и данные измерений типовой фигуры занесите в таблицу, вычислите припуски и объясните их назначение.

Результаты измерения изделия и фигуры человека Таблица 1.

№пп	Наименование измерения изделия	Измерение изделия, см	Измерение типовой фигуры	Суммарный припуск на свободное облегание + -\ см
1.	Ширина изделия под проймой	60	$C_{г3} = 50$	+ 10
2.	То же на линии талии	45	$C_{т} = 40$	+5
3.	То же на линии бедер	62	$C_{б} = 55$	+7
4.				

Ширина рукава под проймой в развернутом виде

35

Оп = 30,3

+4,7

5.

Ширина рукава внизу

25

Озан. = 22

+3

6.

Длина рукава

60

Др = 61

-1

7.

Ширина спины в самом узком месте (между швами втачивания рукавов)

20,5

Шс=19

+ 1,5

8.

Ширина полы от средней линии переда до линии проймы в самом узком месте

23

Шг = 21

+2

При уменьшении величины припусков возникают дефекты, связанные с обужением изделия. Эти дефекты проявляются во время эксплуатации изделия в виде поперечных складок и морщин. Кроме того, обуженное изделие в зонах постоянно действующих растягивающих нагрузок ненадежно и быстрее разрушайся.

Практическое занятие № 13. Учет товарных запасов. Проведение инвентаризации на предприятии, кол-во час.1

У.5. Оформлять продовольственные и непродовольственные товары;

У.6. проводить инвентаризацию на предприятии;

У.10.распознавать дефекты товаров;

Цели:

- оформлять первичные документы (накладная, расходная накладная, счет-фактура, доверенность);
- определять розничную цену, сумму, принятую к учету материально ответственным лицом.

Задание 1. Заполнить по одному бланку документов с образца документа:

- счет-фактура;
- доверенность;
- накладная.

Требования к заполнению первичных документов:

- заполняются своевременно, в момент совершения операций;
- заполняются все реквизиты или прочеркнуть;
- отражают достоверные данные;
- заполняются ручкой или использование вычислительной техники;
- оформление должно быть четким, ясным, без помарок;
- сумма прописана прописью;
- свободные строки прочеркнуть;

- поставить печать, подпись без копирки;
- исправление ошибок только способом корректировки с оговоркой «Исправлено» ставится дата, подпись;
- должна быть расшифрована подпись.

Задание 2. Решить задачи.

Задача 1. Определить розничную цену на конфеты «Ласточка», цена поставщика за 1 кг. 69 руб., торговая наценка 78%.

Задача 2. Определить розничную цену на конфеты «Ассорти». Цена поставщика за 1 кг. 72 руб., торговая наценка 22%.

Задание 3. Произвести расчеты в таблице.

Наименование товара

Масса брутто (кг.)

Масса тара (кг.)

Масса нетто (кг.)

Цена

поставки за 1 кг. (руб.)

Торговая наценка (%)

Сумма торговой наценки (руб.)

Розничная цена (руб.)

Сумма принятая

к учету (руб.)

Масло сливочное

3/15 - ?

3/0,2 - ?

42

18

Колбаса «Докторская»

43,2

1,3

79

22

Сыр «Пошехонский»

72

83

19

Масло подсолнечное «Янтарь»

3/18 - ?

22

15

Колбаса «Молочная»

36

85

22

Задание 3. Заполнить первичную документацию.

Заполнить накладную (дата, год) на полученный товар:

- рыба св. мороженая «Терпуг» 3/20, цена за 1 кг. – 62 руб.

- консервы шпроты в масле 1/250 г., получено 32 шт., цена за 1 шт. - 35 руб. (остальные реквизиты заполните самостоятельно)

Формы отчета: заполненные первичные документы, выполненные вычисления.

Задание 4. Составить приказ о проведении инвентаризации на складе и в кассе в организации оптовой торговли ООО «Мечта», заполнить инвентаризационную опись,

сличительную ведомость, акт результатов проверки ценностей на складе и в кассе, составить бухгалтерские проводки на основании следующих данных:

1. Сведения об остатках товаров на 14 октября по карточкам аналитического учета.

Наименование товара	сорт	Ед.изм.	Цена, руб.	Количество
Вермишель		Кг	22-50	
Вермишель		Кг	21-90	
Рожки		Кг	20-50	
Мука		Кг	28-00	
Мука		Кг	26-50	
Рыба терпуг	-	Кг	44-00	
Рыба минтай	-	Кг	37-00	

2. Инвентаризация проведена на складе № 5 и в кассе организации ООО «Мечта» 14 октября на основании приказа директора Петрова А.М. № 375 от 12 октября комиссией в составе: председатель комиссии – зам.директора Иванов С.М., старший бухгалтер Богомолова Н.Я., товаровед Кузнецова Т.М., зав.складом Якунина Г.П. (на складе), кассир Лебедева И.Н. (в кассе).

Инвентаризационную опись и сличительную ведомость проверил бухгалтер Киселев А.С.

3. По данным бухгалтерского учета остаток денежных средств в кассе составляет 38000 руб. Фактическое наличие денежных средств в кассе составило 38101 руб. На складе в результате проверки в наличии оказались следующие товары:

Наименование товара	сорт	Ед.изм.	Цена, руб.	Количество
Вермишель		Кг	22-50	
Вермишель		Кг	21-90	
Рожки		Кг	20-50	
Мука		Кг	28-00	
Мука		Кг	26-50	
Рыба терпуг	-	Кг	44-00	
Рыба минтай	-	Кг	37-00	
Рыба горбуша	-	Кг	58-00	

4. Выявленные количественные и суммовые излишки приходяются в доход организации, выявленные количественные и суммовые недостачи взыскиваются с материально ответственных лиц. Все недостающие реквизиты документов заполнить самостоятельно.

Практическое занятие № 14. Изучение покупательского спроса. Составление анкет.

Обслуживание покупателей с учетом правил продажи товаров, кол-во час.1

У.7.обслуживать покупателей продовольственных и непродовольственных товаров;

У.8.изучать спрос на продовольственные и непродовольственные товары;

Цель: определять вид покупательского спроса, уметь составлять анкету по определению покупательского спроса. Применять правила продажи отдельных видов товаров при выполнении практического задания.

Задание 1.

1. Выбрать существующий или новый товар из любой ассортиментной группы:

I вариант: продовольственные товары;

II вариант: непродовольственные товары.

2. Определить состояние покупательского спроса на него (полноценный спрос, падающий спрос, нерегулярный и т. д.).

3. В соответствии с покупательским спросом на товар выбрать соответствующий ему метод маркетинга и определить меры, необходимые для оптимизации спроса (т. е. определить цель маркетинга).

4. Разработать маркетинговые решения, обеспечивающие достижение поставленной цели маркетинга (т. е. перечислить соответствующие инструменты маркетинга).

5. Внимательно прочитать инструкцию по составлению анкеты:

Чтобы понять потребителей и при необходимости воздействовать на их спрос, проводят маркетинговые исследования рынка.

Технология изучения рынка состоит из пяти основных этапов:

1. Выявление проблемы;

2. Отбор источников информации;

3. Сбор источников информации;

4. Анализ собранной информации;

5. Применение результатов для решения проблемы.

1 этап - происходит четкое определение проблемы (например, отсутствие спроса на какой либо товар) и постановка целей исследования.

2 этап - разработка плана сбора информации с использованием вторичных и первичных данных.

Вторичные данные - это информация, которая уже где-то существует, будучи собранной ранее для других целей. Источником вторичных данных являются балансовые отчеты, отчеты о предыдущих исследованиях, публикация в периодических изданиях и т.п.

Первичная информация собирается впервые для какой-либо конкретной цели. Сбор первичных данных требует выбора методов исследования (наблюдение, эксперимент, опрос), подготовки орудий исследования (анкеты, механические устройства) и выбора способа связи (телефон, почта, личное интервью).

Анкета - самое распространенное орудие исследования при сборе первичных данных. Вопросы для анкеты должны быть четкими, простыми, и т.е не требующими длительного размышления, и тактичными. Задаваться вопросы должны в логическом порядке.

Вопросы для анкеты могут быть следующих основных типов:

1) Альтернативные - предлагается выбрать один из двух ответов:

Пример: Вы покупаете колбасу? Варианты ответа : да, нет.

2) Вопросы с выборочным ответом - предлагается три и более вариантов ответов:

Пример: Какую колбасу Вы предпочитаете? Варианты ответов:

А) вареную, б) варено-копченую, в) сырокопченую, г)копченую.

В случае, когда ассортимент перенасыщен, предлагают вариант ответа на усмотрение покупателей: д) ваш вариант ответа.

Иногда спрашиваемому предлагается выбрать несколько вариантов ответа.

3) Вопросы с предложением указать степень согласия или не согласия с сутью сделанного заявления: Молочная колбаса вкуснее Докторской:

а) согласен, б) не согласен, в) затрудняюсь.

4) Вопрос без заданной структуры - варианты ответов не предлагаются, опрашиваемый может ответить любым другим способом на вопрос: Что вы думаете о колбасах, выпускаемых нашим мясокомбинатом?

5) Вопрос завершение предложения - опрашиваемому предлагают незаконченные предложения и просят их завершить: «Когда я выбираю колбасу, для меня самое главное.....»

6) Подбор словесных ассоциаций - спрашиваемому называют по одному слову и просят назвать ответ первое, пришедшее на ум слово: «Что Вам приходит в голову, когда Вы слышите слово «Колбаса»?

7) Вариант «Оценочная шкала» - опрашиваемому предлагают оценить любой признак по шкале от «неудовлетворительно» до «отлично».

Пример: оцените вкус вареных колбас, выпускаемых нашим комбинатом по 5 - бальной шкале: 1 - неудовлетворительный, 2- сносный, 3 - удовлетворительный, 4- хороший, 5- отличный.

3 этап - сбор информации. Информация может быть получена в ходе интервью, по телефону, путем рассылки анкет по почте или личным интервью.

Личное интервью - самый универсальный и эффективный метод проведения опроса.

4 этап - анализ собранной информации для выявления взаимосвязей.

Проанализировать собранную информацию легче, если количество вариантов ответов подсчитано в процентах и выражено в виде таблиц, графиков, диаграмм и т.п.

5 этап - применение результатов исследования для решения проблем.

Составьте анкету с различными видами вопросов и ответов.

Задание 2: ответить на вопросы.

I. Общие положения.

1. Кем и когда утверждены правила отдельных видов товаров?
2. Как устанавливается режим работы магазинов различных форм собственности?
3. Кем определяется ассортимент товаров, перечень услуг и методы обслуживания в магазине?
4. Какие требования предъявляются к продавцу?
5. Какую информацию продавец обязан доводить до сведения покупателей?
6. При каком условии договор купли-продажи считается заключенным?
7. Как должны осуществляться расчеты с покупателями за товары и когда договор считается заключенным?
8. Как должны оказываться услуги покупателям в магазине?
9. Каков порядок обмена или возврата товаров?

II. Особенности продажи продовольственных товаров.

1. Что должна содержать информация о продовольственных товарах?
2. Какова подготовка товаров к продаже?
3. В чем заключаются особенности продажи развесных товаров?
4. Каковы особенности продажи хлеба и хлебобулочных изделий?

III. Особенности продажи текстильных, трикотажных, швейных, меховых товаров и обуви.

1. Каковы особенности предпродажной подготовки указанных групп товаров к продаже?
2. По каким признакам группируют ткани, одежду, трикотажные, меховые товары, обувь при размещении их в торговом зале?
3. Какую информацию должны содержать образцы товаров, размещенные в торговом зале?
4. Каков порядок отмеривания различных видов тканей при продаже покупателю?
5. Какие операции должен выполнить продавец при отпуске покупателю тканей, одежды, обуви, трикотажных и меховых товаров?

IV. Особенности продажи технически сложных товаров бытового назначения.

1. Что включает в себя предпродажная подготовка к продаже технически сложных товаров?

2. Какую информацию должны иметь образцы товаров, размещенные в торговом зале?
3. Каковы должны быть действия продавца при продаже технически сложных товаров?
4. Что передается покупателю при покупке технически сложных товаров?
5. Какие услуги должны оказываться покупателям при продаже технически сложных товаров?

V. Особенности продажи парфюмерно-косметических товаров.

1. Какие дополнительные сведения должна содержать информация о парфюмерно-косметических товарах?
2. Каковы особенности предпродажной подготовки парфюмерно-косметических товаров до подачи их в торговый зал?
3. Каковы должны быть действия продавца при продаже парфюмерно-косметических товаров покупателю?

VI. Особенности продажи автомобилей, мототехники, прицепов и номерных агрегатов.

1. Каковы особенности предпродажной подготовки указанных видов товаров и кем определяется ее содержание?
2. Что выдается покупателю одновременно с передачей товара?
3. Каковы должны быть действия продавца при продаже указанных товаров?

VII. Особенности продажи изделий из драгоценных металлов и драгоценных камней

1. Каковы особенности продажи ювелирных изделий?
2. Какая дополнительная информация о ювелирных изделиях должна быть доведена до покупателей?
3. Каковы особенности предпродажной подготовки ювелирных изделий к продаже?
4. Какие операции должен выполнить продавец при передаче приобретенных ювелирных изделий покупателю?
5. Как производится взвешивание приобретенных ювелирных изделий?
6. Каково содержание товарного чека передаваемого покупателю вместе с товаром?

VIII. Особенности продажи лекарственных препаратов и изделий медицинского назначения.

1. Какие дополнительные сведения должна содержать информация о лекарственных препаратах при продаже?
2. Каковы обязанности продавца при продаже лекарственных препаратов?
3. Как производится продажа лекарственных препаратов продавцом?

IX. Особенности продажи животных и растений.

1. Какую информацию должен предоставить продавец покупателю при продаже животных и растений?
2. Как должны содержаться животные, предназначенные для продажи?
3. Что должен содержать товарный чек, переданный покупателю вместе с товаром?

X. Особенности продажи товаров бытовой химии.

1. Какие дополнительные сведения должна содержать информация о товарах бытовой химии при продаже?
2. Что включает в себя предпродажная подготовка товаров бытовой химии?
3. По каким признакам должны быть сгруппированы товары бытовой химии?
4. Что запрещается делать при передаче товаров бытовой химии покупателю в аэрозольной упаковке?

XI. Особенности продажи пестицидов и агрохимикатов.

1. В соответствии с каким законом осуществляется продажа пестицидов и агрохимикатов?
2. Какие дополнительные сведения должна содержать информация о пестицидах и агрохимикатах при продаже?
3. Что включает в себя предпродажная подготовка пестицидов и агрохимикатов?
4. По каким признакам должны быть сгруппированы указанные товары в торговом зале?

5. Каковы обязанности продавца при хранении, размещении в торговом зале и продаже пестицидов и агрохимикатов?

XII. Особенности продажи оружия и патронов к нему.

1. Какие нормативные документы регулируют продажу гражданского оружия?
2. Что должна иметь каждая единица продаваемого оружия?
3. Какие дополнительные сведения должна содержать информация об оружии?
4. Что включает предпродажная подготовка оружия и патронов при продаже?
5. Как должны быть размещены в торговом зале оружие и патроны?
6. Как должна осуществляться продажа оружия и патронов в магазине?
7. Что должно указываться в товарном чеке, передаваемом покупателю вместе с товаром?
8. Что должен проверять покупатель при получении товара?
9. Каков порядок обмена оружия и патронов?

Формы отчета: письменные ответы на вопросы.

Практическое занятие № 15. Разработка технологической карты обслуживания покупателей. Расчет с покупателями, кол-во час.1

У 3. определять платежеспособности и защищенности денежных знаков и пластиковых карт от подделки;

У 4.Производить расчёт с покупателями продовольственных и непродовольственных товаров.

У.7.обслуживать покупателей продовольственных и непродовольственных товаров;

Цель: выработка умений и навыков работы с нормативными документами, развивать умение анализировать полученные данные, производить расчет с покупателями продовольственных и непродовольственных товаров.

Задание 1:

1. Участвовать в деловой игре: «Технология и порядок расчетов с покупателями в магазине» (группа 3 человека, распределить роли: продавец, кассир, покупатель, обыграть ситуацию покупки продовольственных и непродовольственных товаров (по выбору учащихся), расчет с покупателем в магазине, использовать ситуации с разными видами расчетов). Каждый учащийся должен побывать в каждой из ролей.
2. Оформить отчет.

Задание 2.

- 1.Изучите теоретический материал.
2. Составьте технологическую карту обслуживания покупателей.
3. Сделайте вывод о важности и изученного материала.
4. Оформите отчет.

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цели работы.
3. Задание.
4. Ответы на задание.
5. Выводы.

Примечание:

- 1.Работа может выполняться как индивидуально, так и малыми группами (3 чел.).
- 2.Необходимые рекомендации и пояснения по выполнению работы дает преподаватель.

Практическое занятие № 16. Деловая игра «Анализ конфликтных ситуаций в торговле». Решение ситуационных задач, кол-во час.1

У 4.Производить расчёт с покупателями продовольственных и непродовольственных товаров.

У.7.обслуживать покупателей продовольственных и непродовольственных товаров;

Цель занятия: закрепить теоретические знания на практике; научиться анализировать и вовремя предотвращать конфликты.

Теоретические сведения

1.Что такое конфликт?

Конфликт (от лат. conflictus -- столкновение) - это столкновение противоположно направленных, несовместимых друг с другом тенденций в сознании отдельного человека, в межличностных взаимодействиях или межличностных отношениях индивидов или групп людей, связанное с острыми отрицательными эмоциональными переживаниями.

2.Какие виды конфликтов вам известны?

Выделяют следующие виды конфликтов:

- внутриличностный -- столкновение примерно равных, но противоположно направленных мотивов, потребностей, интересов, влечений у одного и того же человека;

- межличностный -- ситуация во взаимодействии людей, при которой они:

а) преследуют несовместимые цели;

б) придерживаются несовместимых ценностей и норм, пытаясь реализовать их во взаимоотношениях друг с другом;

в) в острой конкурентной борьбе одновременно стремятся к достижению одной и той же цели, которая может быть достигнута лишь одной из конкурирующих сторон;

- межгрупповой, при котором в качестве конфликтующих сторон выступают социальные группы, преследующие несовместимые цели и с помощью практических действий препятствующие друг другу в их достижении.

Мы, знаем, что существует несколько принципов предотвращения конфликтов

Предлагаю вам вспомнить принципы предотвращения конфликтов.

3.По предложенной ситуации определите принцип.

Ситуация 1. Покупательнице понравилась шаль в художественно оформленной витрине.

Продавец предлагает другую шаль.

- Я хочу именно эту, - настаивает покупательница.

- Вообще-то мы с витрины не снимаем, - отвечает продавец, - но если вы настаиваете, я раскомплектую витрину. Но, может, посмотрите все же эту, у нее узор даже выразительнее.

Покупательница долго рассматривает, а затем соглашается: Пожалуй, вы правы, возьму эту.

Ответ: Объективность и уступчивость. При взаимном столкновении реальных интересов избежать явного конфликта можно с помощью компромисса с учетом противоположных интересов и готовности пойти на уступку одного из оппонентов.

Если бы продавец не проявила готовности уступить, то не добилась бы успеха:

покупательница из чувства противоречия не пошла бы на компромисс.

Ситуация 2. Пример (из рассказа покупателя). Стою я в очереди и на молоденькую

продавщицу пристально поглядываю. Есть у меня к ней интерес: сын мой решил жениться. Вот и думаю, что это за птица, продавщица Марина. Подходит моя очередь, я и говорю:

- Дайте мне сто граммов сыра.

- Вам какого сыра? - спрашивает она.

- «Голландского».

Берет она головку голландского сыра.

- Нет, - говорю, - лучше «Ярославского». Девушка начинает нарезать «Ярославский» сыр.

- А зачем вы нарежете сыр? Разве я просил, чтобы вы нарежали? Кстати, я передумал, дайте мне лучше сыр в красной обертке, кажется, он называется «Чеддер»?

Девушка отрезает кусок сыра, взвешивает.

- Почему вы недоувешиваете целых сто граммов?

- Вы же заказали сто граммов сыра «Чеддер».

- Нет, я заказал двести граммов сыра «Чеддер».

В очереди, слышу, покупатели уже сердятся из-за моих придирок.

А Марина им отвечает:

- Что тут такого? Просто человек сомневается, какой сыр лучше.

Ответ: Ясность и доброжелательность. Этот принцип дает возможность смягчить в отношениях напряженность, возникшую из-за одного оппонента. Быть доброжелательным в отношении к оппоненту - значит положительно трактовать его действия, давать положительные установки.

Ситуация 3. Покупатель возвращается к кассе и заявляет: «Вы меня обсчитали!» Кассир, используя элементы профессионального поведения и не обращая внимания на резкий тон, перефразирует претензию: «Вы полагаете, что я ошиблась? Давайте проверим».

Ответ: Доброжелательность кассира смягчает покупателя: подозрения в злом умысле и готовность к конфликту рассеиваются.

Ситуация 4. Ходит ко мне один пенсионер раза два в неделю и спрашивает: «Когда будут в продаже водопроводные краны?» Я ему отвечаю: «К сожалению, у нас в продаже водопроводных кранов не бывает, они продаются в магазине «Бытовая техника». И адрес ему сообщаю. А на следующей неделе «мой» покупатель опять перед прилавком и опять вопрос: «Когда же будут в продаже водопроводные краны?» И я с улыбкой повторяю тот же ответ.

Ответ: Дистанция и самообладание. Увеличить дистанцию (сократить точки соприкосновения) полезно при осложнившихся отношениях.

При конфликтах в торговой практике, как и во всех случаях жизни, требуются навыки самообладания.

Повышение культуры торгового обслуживания предполагает предотвращение конфликтов путем строгой дисциплины, четкости, оперативности в работе сотрудников. Совершенное владение торговыми операциями, связанными с продажей товаров, входит в состав показателей профессионального мастерства торговых работников.

Мотивация: В повседневной жизни мы часто совершаем походы в магазин и порой, зайдя в магазин в целях покупки мы выходим ни с чем. Не редко в магазине или на рынке становимся невольными зрителями конфликтов покупателя с продавцом. Главным принципом торговли – является правильное общение, понимание покупателей. Вы, как будущие продавцы должны уметь вовремя распознать и предотвратить конфликт, а если конфликт произошел умело повернуть ситуацию в нужное (правильное) русло.

Деловая игра «Покупатель-продавец» (обучающиеся разбиваются по парам, готовятся и выходят к доске)

Профессия: «Продавец, контролер- кассир»

группа № ____ Курс ____

Ф.И. _____

Задание №1.

Ролевая игра «Покупатель-продавец»

ПК. Здравствуйте!

ПР. (приветливо) Здравствуйте!

ПК. Предложите мне, пожалуйста, кофе и чай.

ПР. С удовольствием (начинает быстро – быстро рассказывать о свойствах и составе всех видов чая, которые есть в продаже).

ПК. Ой, извините, я что-то ничего не запомнила, ну хорошо, я куплю у вас банку «нескафе».

ПР. *(скороговоркой)* Очень хорошо, сейчас я рассчитаю вас, будьте добры, приходите к нам ещё!

Проанализируйте ситуацию

Профессия: «Продавец, контролер- кассир»

группа № ____ Курс ____

Ф.И. _____

Задание №2.

Ролевая игра «Покупатель-продавец»

ПК. Здравствуйте! У вас есть в продаже тушенка говяжья?

ПР. Да конечно.

ПК. Расскажите, пожалуйста, о её составе и свойствах?

ПР. Ну, короче так, тушенка говяжья составит из говядины натурной, соевого белка, желатина, консерванты Е-252, красителей, ароматизаторов и т.д. она как бы готова к применению, но тушенка всякая не заменит вам свежего мяса.

ПК. А какие блюда можно приготовить из тушенки?

ПР. Макароны «по-флотски», картошку с тушенкой, ну короче она незаменима в походных условиях.

ПК. Хорошо, я беру две банки, рассчитайте меня.

Продавец делает расчет.

Проанализируйте ситуацию

Профессия: «Продавец, контролер- кассир»

группа № ____ Курс ____

Ф.И. _____

Задание №3.

Ролевая игра «Покупатель-продавец»

Покупатель заходит в магазин, продавец в это время выкладывает товар на витрину

ПК. Здравствуйте!

ПР. (не обращает внимание на покупателя)

ПК. Здравствуйте!

ПР. (поднимает голову) Здравствуйте, что вас интересует?

ПК. Мне нужен порошок.

ПР. Вот, у нас есть порошок «Апрель», возьмите?

ПК. Да возьму.

ПР. Что-нибудь ещё?

ПК. Мне ещё нужен шампунь.

ПР. Для какого типа волос?

ПК. Для жирных.

ПР. *Показывает шампунь.*

ПК. А сколько стоит шампунь и порошок?

ПР. Шампунь стоит 35 руб., а порошок 25 рублей.

ПК. Возьмите деньги.

ПР. Спасибо за покупку, приходите ещё.

Проанализируйте ситуацию

Профессия: «Продавец, контролер- кассир»

группа № ____ Курс ____

Ф.И. _____

Задание №4.

Ролевая игра «Покупатель-продавец»

ПК. Здравствуйте!

ПР. *(сидит, заполняет бумаги, чепчик сдвинут на бок)* Что хотели?

ПК. У вас есть шампунь?

ПР. *(не отрывается от бумаги)* Вам для каких волос?

ПК. Для жирных.

ПР. *(подает шампунь)*

ПК. Расскажите, пожалуйста, о его свойствах.

ПР. *(Быстро читает свойства шампунь).*

ПК. А сколько он стоит?

ПР. 45 рублей.

ПК. Хорошо, дайте мне один шампунь *(подает наличными 100 рублей)*

ПР. *(пробивает и дает сдачи 50 рублей)* Спасибо, приходите ещё.

Проанализируйте ситуацию

Внимание не экран! Видеоролик «Плохой и хороший продавец». Прокомментируйте ситуацию.

Как повел себя первый продавец, второй?

Где ошибка продавца? Как разрешилась ситуация?

Закрепление изученного материала: А были ли у вас конфликтные ситуации с продавцами? Расскажите о них. Как разрешился конфликт?

Разбор конфликтных ситуаций, рассказанных обучающимися.

Как вы думаете, каким должен быть продавец? Какими качествами должен обладать продавец?

Вывод: Продавец является лицом магазина. Это первый человек, которого видит покупатель. Речь продавца должна быть правильной, без слов «паразитов». Продавец должен знать все что находится на витрине, на прилавке, на складе, способы доставки, количество, качество, гарантии должен знать продавец-консультант.

Профессиональный продавец должен:

Уметь и любить общаться с покупателем.

Быть вежливым, с чувством такта, но в, тоже время, не услужливым.

Быть выдержанным и терпеливым. Быть внимательным и пунктуальным. Уметь понять покупателя, его потребности и запросы, предугадать желания и вкус. Хороший опытный продавец, одним взглядом на покупателя может определить, что ему нужно, какой товар, какое качество.

Знать досконально товар и/или услугу, которые продает. Необходимо давать уверенный и убедительный ответ на любой вопрос покупателя.

Будьте уверены, к честному продавцу будут приходить покупатели!

Внешность, опрятность - тоже немаловажно. Внешность продавца не должна быть отталкивающей, и он должен быть всегда опрятен.

Рефлексия: Итак, что нового вы узнали? С чем ознакомились?

материал занятия поможет мне ...

теперь я смогу...

особенно понравилось...

Решение ситуационных задач:

ЗАДАНИЕ № 1.

Покупатель показывает рукой:

— Дайте, пожалуйста, посмотреть вот тот калькулятор.

Продавец подает. Покупатель раздраженно отвечает:

— Нет, не тот. Ну что вы, прямо как не знаю кто... Я ведь просил другой, который рядом.

Ваши действия.

ЗАДАНИЕ № 2.

У кассы супермаркета — небольшая очередь, а кассир вынужден отлучиться. Он отсутствует минут 8-10, за это время очередь растёт, люди нервничают. Кассир возвращается и быстро приступает к работе. Но теперь покупатель начинает долго искать деньги... Увидев, что покупатель роется в кошельке, не удерживается от замечания («Раньше надо было думать, покупатель обвиняет кассира, тот не остается в долгу...»). Объясните действия продавца в данной ситуации.

ЗАДАНИЕ № 3.

Если Вы позвонили, а собеседник сильно занят, ваши действия?

ЗАДАНИЕ № 4.

Нередко посетители винят продавца за отсутствие в продаже или низкое качество того или иного изделия. Или упрекают за высокую цену. К сожалению, и продавец не остается в долгу, отвечает раздраженно: дескать, что есть, тем и торгуем. А не нравится — идите в другое место.

Как правильно вести себя продавцу в данной ситуации, чтобы не допустить возникновения конфликта?

ЗАДАНИЕ № 5.

К какой группе основных причин конфликтов в сфере торговли относится данная ситуация, ответ обоснуйте.

Покупатель (продавцу) (далее – Пок. иПр.): Скажите, а молочная продукция у вас не просроченная?

Пр.: Нет конечно. Сегодня только привезли.

Пок.: Тогда дайте мне пожалуйста две бутылочки «Данон»

Продавец подает. Покупатель берет йогурт, отходит от прилавка и смотрит на срок годности. Далее снова идет к продавцу.

Пок.: Вы мне говорили, что вся ваша продукция свежая а йогурт-то просрочен. Вчера срок годности вышел.

Пр.: Ой как это так получилось? Надо же

Пок.: Зачем вы людей обманываете?

Пр.: Никого я не обманывала.

Пок.: Ну конечно. Вот так сейчас и продают людям просроченное чтобы все травились.

ЗАДАНИЕ № 6.

Вы звоните, нужного человека не оказалось на месте, то...

Ваши действия.

ЗАДАНИЕ № 7.

В отделе одежды. Пок.: Извините вы не подскажете в какую цену эта юбка?

Пр.: Дорого!

Пок.: Я же не спрашиваю дорого или нет. Я спросила сколько она стоит.

Пр. (раздраженно): Ну тысяча, но она вам не подойдет

Пок.: Почему?

Пр.: Она на вас не налезет. У нас остались только маленькие размеры.

Пок.: Спасибо.

Какие ошибки допустил продавец общаясь с покупателем?

ЗАДАНИЕ № 8.

Пок.: Девушка покажите пожалуйста этот стул

Пр. (разговаривая по телефону):

Сейчас одну минуточку (через две минуты)

Пок.: Девушка вы скоро закончите?

Пр.: Да уже заканчиваю

Пок. (по прошествии некоторого времени): Ваша обязанность обслуживание покупателей а вы по телефону беседуете Не хотите чтобы я купил не надо (уходит)

Пр. (по телефону): Ты слышала?

Да вот такие покупатели у нас целыми днями ходят только настроение портят, а покупать ничего не покупают.

Какие ошибки допустил продавец в общение с покупателем?

ЗАДАНИЕ № 9.

Вас просят передать информацию отсутствующему коллеге.

Ваши действия:

- а) увидев, расскажете ему;
- б) напишете записку и положите на его стол;
- в) попросите того, кто его наверняка увидит передать содержание разговора;
- г) предложите перезвонить,

Практическое занятие № 17

Изучение проектирования планировки магазина с применением инструментов мерчандайзинга и выкладки товара с применением приемов мерчандайзинга, кол-во час.1
У.12.размещать продовольственные и непродовольственные товары в магазине;

Цели:

- закрепить и расширить знания о мерчандайзинге;
- приобрести новые знания и навыки, помогающие более эффективно работать по специальности;
- развить навыки поиска, анализа и использования информации, необходимой для эффективного выполнения профессиональных задач.

Задание:

1.Выполните сравнительную характеристику мерчандайзинга в нескольких торговых организациях:

- проектирование планировки магазина с применением инструментов мерчандайзинга,
- реализуемый мерчандайзинговый подход;
- работа мерчандайзеров;
- выкладка товаров, в том числе специальная выкладка товаров, стимулирующая импульсивные покупки;
- влияние выкладки товаров на распределение познавательных ресурсов посетителей,

2. Определите торговое предприятие наиболее эффективно функционирующее, благодаря мерчандайзингу.

3. Оформите отчет.

Отчет должен содержать:

1. Название работы.
2. Цели работы.
3. Задание.
4. Ответы на задание, в том числе схема планировки.
5. Выводы.

Примечание:

1. Работа может выполняться как индивидуально, так и малыми группами (2-3 чел.).
2. Необходимые рекомендации и пояснения по выполнению работы дает преподаватель.

Практическое занятие № 18. Разработка выкладки товара с применением приемов мерчандайзинга. Разработка мероприятий по стимулированию сбыта, кол-во час.1

У.12.размещать продовольственные и непродовольственные товары в магазине;

Цель: выработка умений и навыков работы с нормативными документами, развивать умение анализировать полученные данные, подвести к пониманию важности изученного нормативного документа. Научиться размещать товар с точки зрения мерчандайзинга. Ознакомиться с инструментами и мероприятиями стимулирования сбыта.

Ход работы:

1. Правила размещения и выкладки товаров в торговом зале
2. Особенности размещения и выкладки отдельных групп продовольственных и непродовольственных товаров в торговом зале магазина
3. Психология покупателей при размещении и выкладке товаров на торговом оборудовании в магазинах самообслуживания и в магазинах, реализующих товары традиционным методом
4. Правила и особенности оформления ценников на товары различных групп
5. Разработайте правила выкладки товара с применением приемов мерчандайзинга.

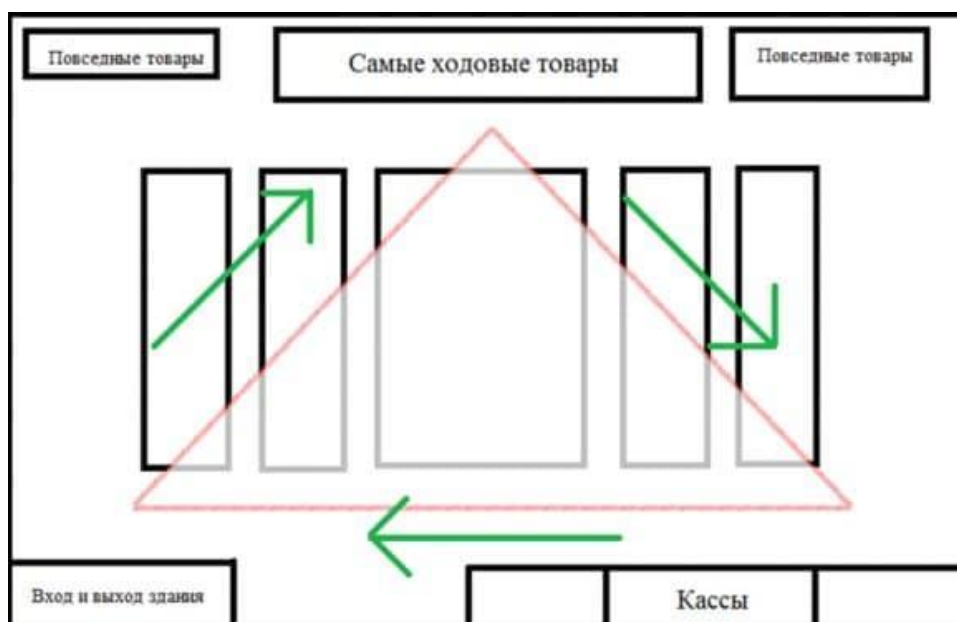
ПРАВИЛА ПРОДАЮЩЕГО МЕРЧАНДАЙЗИНГА

Прежде всего нужно начать с составления “карты движения клиента”. Это изучение, анализ и проектирование передвижения клиента по торговой точке. И, пожалуйста, не упускайте этот момент, даже если у Вас небольшие по площади магазины. Помимо движения Вам желательно записать среднее время нахождения клиента на контрольных точках (чек поинты). Это также поможет Вам понять стратегически важные моменты.

Но представим, что этот этап Вы уже прошли и Ваша карта готова. Поэтому далее переходим к “визуальному маркетингу”. То есть к правильной выкладке и расположению товара, рекламных материалов и оформлению витрин для достижения максимального результата.

Правило 1 — Расположение

Самое популярное правило в мерчандайзинге — “Золотой треугольник”. На деле это не всегда фигура с тремя углами, поэтому название является лишь типовым решением. Смысл заключается в том, что самый популярный продукт мы располагаем в дальнем углу от входа. А кассу в дальнем углу от популярного продукта.



Самый простой и понятный пример реализации это большой гипермаркет. Хлеб всегда расположен в крайнем углу, для того чтобы Вы прошли через весь магазин. А касса находится в другом крайнем углу от хлеба, чтобы Вы окончательно прошли через весь магазин, но уже по другой дороге.

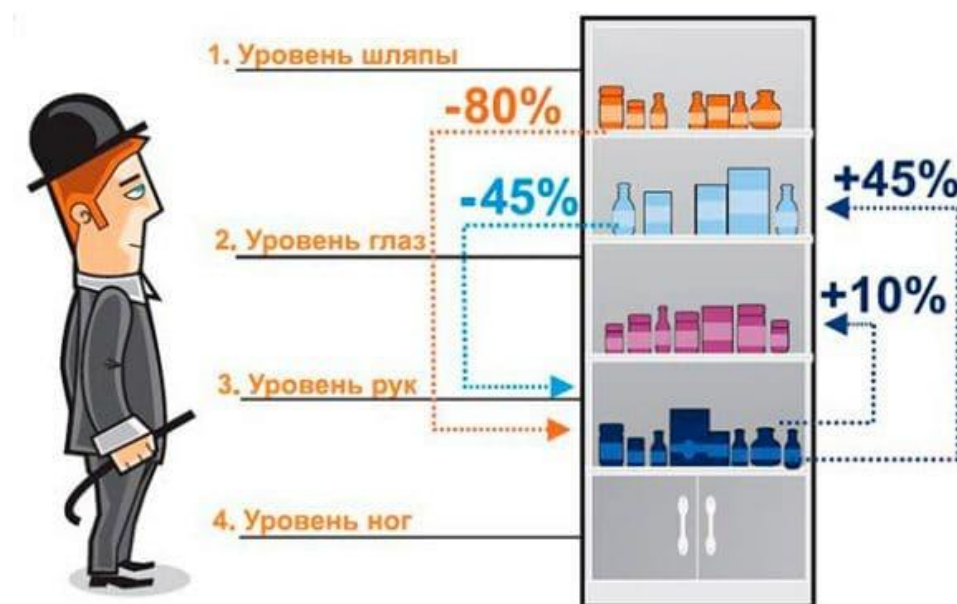
Самое главное, что Вы должны вынести из этого правила — самый популярный товар в конце. Но будьте внимательны, может так получится, что клиент зайдёт к Вам в гости, не увидит требуемый (популярный) товар, и уйдёт. Поэтому рекомендуется в таком случае сделать навигацию или продублировать продукцию на манекенах или стойках, чтобы человек увидел, что он пришёл по адресу, осталось только найти где находится.

К этому правилу добавлю ещё несколько замечаний. После того как клиент зашёл в магазин, справа и слева находятся мертвые зоны, по причине того что человек находится в режиме адаптации и делаем пару шагов в лёгком “трансе”. Поэтому не делайте ставку на боковое размещение после входа, результат будет маленький.

Также на входе рекомендуется разместить акции или товары импульсного спроса, чтобы клиент в самом начале что-то купил и в голове переключился режим из “Буду покупать” в “Начал покупать”. И после включения режима покупки самое время разместить продукцию не популярную, но для Вас выгодную. Ведь клиент уже находится в состоянии покупки, до товарова-локомотива идти далеко, а мысли в голове в стиле “В кармане все 100% денег, значит можно купить что-то “ненужное””.

Правило 2 — Уровень глаз

Когда человек заходит в торговый зал, его взгляд чаще всего направлен вперед. Этот фактор грех не использовать. Если хотите привлечь внимание клиента к определённому товару, расположите его на уровне глаз. И правильнее даже не на уровне глаз, а на 15 градусов ниже, так как мы психологически привыкли при передвижении смотреть слегка вниз.



Рекомендуется популярные товары с высокой маржинальностью разместить на этом уровне. Однако, Вы можете использовать это и в других целях, например, чтобы привлечь внимание клиентов на залежавшийся товар, который нужно скорее распродать или привлечь внимание на новое поступление. В продуктовых магазинах на уровне глаз стоят те компании, которые больше всего платят супермаркетам.

Как Вы уже догадались, самые мёртвые зоны — это снизу (меньше 70 сантиметров от пола) и сверху (больше 2 метров от пола). Причём, нижнее размещение более опасно, чем верхнее, так как чтобы изучить товар сверху клиенту достаточно поднять голову, а чтобы изучить товар у пола, ему нужно сесть практически на пол, что уже приводит к лишним (и ленивым) действиям.

Важно! Обязательно зафиксируйте средний рост своего идеального клиента, чтобы понять на какой высоте находится именно их уровень глаз. Ведь то, что удобно бабушке, неудобно баскетболисту. И наоборот.

Правило 3 – Выделение товара

Если всё сделать неправильно, то при просмотре Вашей продукции клиент быстро всё изучит и пойдёт дальше, возможно даже в другой магазин. А причина тому — ничего не “зацепило”. Поэтому Вам нужно научиться делать специальные действия, чтобы “хватать клиента за глаза” во время его пробежки.

1. Много товара. Можно сделать горку из товара и тем самым увеличить зрительно массивность. Это вызовет мысль “много, значит популярно”. Но не забудьте убрать с краёв пару единиц товара, чтобы ликвидировать страх нарушения композиции и показать, что товар пользуется спросом.



2. Свет. Очень популярный прием в ювелирных магазинах, где с помощью подсветки выделяют особо ценные экземпляры и сами прилавки. То же самое нужно сделать Вам. Вывести отдельные споты (настенно-потолочные светильники) на необходимые для Вас экземпляры.



3. Товар на отдельной экспозиции. Хорошим способом выделения станет отдельное выставочное место и оформление. Популярный прием с товарами высокой ценовой категории. Например, техника Apple всегда стоит отдельно от всех. Но может использоваться не только в этих сферах, главное включить фантазию.



4. Цвет. “Цветовые пятна” были всегда популярным приемом. Для этого Вам нужно товары одной цветовой палитры сгруппировать в одном месте, так как и выбирать проще клиентам будет (например, если парень ищет синюю куртку), так и глаз будет двигаться по этапам.



5. Маркеры. Мой любимый трюк. Вам нужно на выбранные товары разместить маркеры “Хит продаж”, “Новинка”, “Последний экземпляр” и так далее. Это поможет зацепить взгляд клиента и намекнуть ему, что нужно брать.



Правило 4 – Разделение

Расстановка по группам – очень важный фактор. Человек, который ищет туфли, маловероятно будет искать их в нижнем белье. Поэтому товар должен находиться в той группе, где ему место быть. Например, аксессуары должны стоять отдельно от домашней одежды.

Если у Вас не такое разнообразие ассортимента, воспользуйтесь разделением внутри самой группы товара. Например, разграничьте более дорогие сумки от более доступных. Или отделите кожаные сумки от тряпочных. Также можно сделать деление по брендам или по виду.



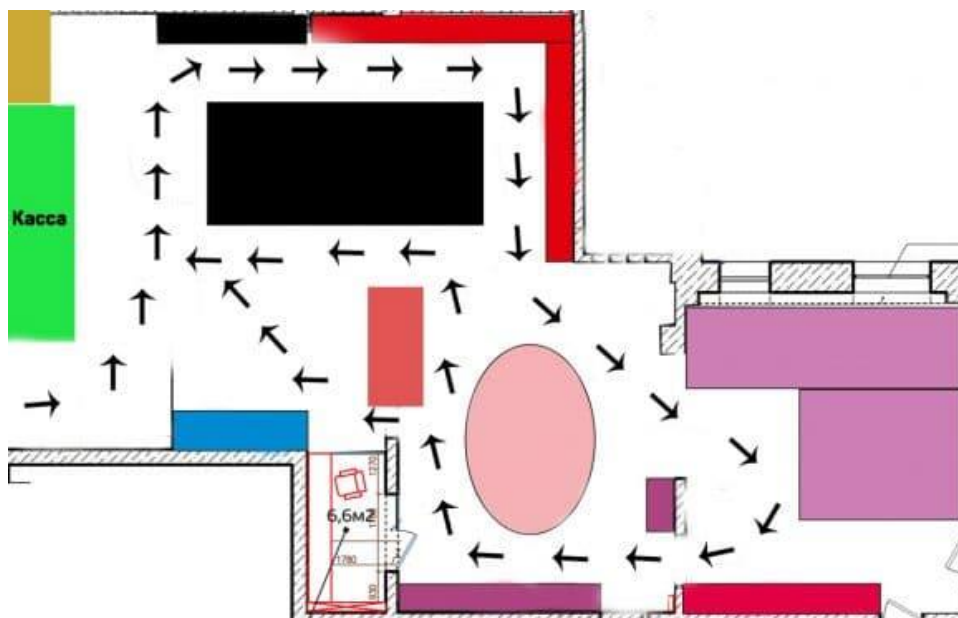
Но при этом не забывайте, что между собой группы должны дружить. Это наше правило 3.1. Например, возле светильников должны лежать лампочки или возле курток должны быть шапки, перчатки и шарфы. Таким образом, Вы увеличиваете средний чек, так как клиент, не отходя от места, покупает всё, что ему нужно.

То же самое касается про дружбу между брендами. С популярными брендами нам нужно размещать продукты менее популярных компаний, но при этом для Вас очень выгодных. Таким

образом, клиенты начнут изучать известный товар, а рядом волей-неволей заметят ещё другие предложения.

Правило 5 – Движение

Ни для кого не секрет, что большая часть людей — правши. Поэтому при входе в любое помещение, большинство людей сразу поворачивает голову направо и начинают неосознанное движение против часовой стрелки. И это касается не только случаев связанных с торговыми площадями. У нас даже движение в России правостороннее.



Вспомните, например, супермаркеты. Этот поведенческий фактор используют практически все, за небольшим исключением – справа вход, слева – выход. И чтобы выйти, в итоге нужно пройти весь магазин, прихватив по пути пару вещей, которые зацепили взгляд, опять же благодаря использованию других приемов мерчендайзинга.

Вам нужно перенять в свой опыт пример выше. А именно, Вам нужно создать движение у себя в магазине против часовой стрелки. При этом предусмотреть, чтобы клиент прошёл весь магазин. То есть у Вас не должно быть коротких, обходных путей до выхода. Ориентируемся на принцип “Хочешь выйти? Пройди весь магазин”.

Правило 6 – POS-материалы

Point of sales или, по-русски, место продажи. Это инструменты мерчендайзинга для привлечения внимания покупателей к определённому товару. В своей статье “POS материалы. незаменимые помощники в мерчендайзинге” мы приводили массу примеров их реализации. Если коротко, то использовать их можно и нужно даже в офисе.

1. Воблер — небольшая табличка на подвижной, гибкой ножке. Крепится к полке над товаром, к которому надо привлечь внимание.



2. Мобайл — подвесные информационные плакаты, которые закрепляются под потолком. Также к мобайлам относятся объемные конструкции, чаще всего это гигантские макеты товаров.



3. Шелфтокер — рекламные панели, которые крепятся к полкам и прилавкам для визуального разделения групп товаров.



4. Шелфстоппер — панель, привлекающая к товару и одновременно служащая границей ассортиментного ряда.



5. Диспенсер – конструкция в виде стойки или панели, используется как подставка для листовок или для демонстрации товаров. Доступ к товару для покупателей открыт, поэтому их часто размещают в прикассовой зоне.



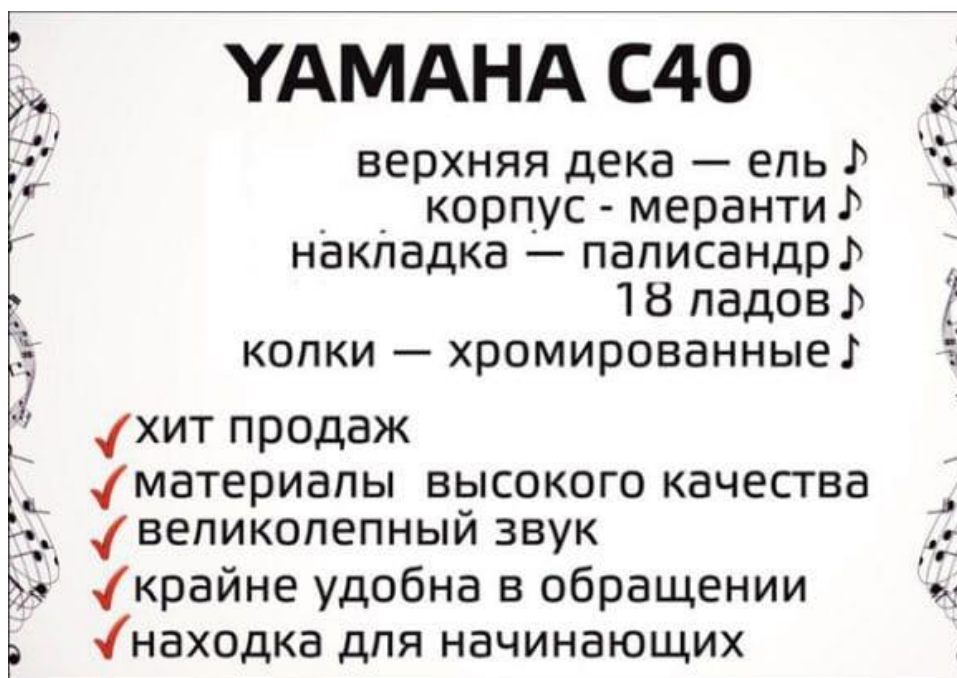
Правило 7 – Ценники

Куда точно клиент посмотрит при покупке товара? Разумеется, на сам товар, а на что ещё? Хммм... всё просто, на ценник. Сколько бы клиент не зарабатывал, он всегда будет узнавать стоимость, отличие только в том, что сделает он это во все услышание или скрытно в гардеробной.

Поэтому очень важно сделать эти элементы мерчандайзинга на высоте. Никаких больше свисающих бирок и обычных карточек из 1с. Нужно сделать ценник максимально продающим, который после реинкарнации будет называться “Молчаливый продавец”. Клиент после его изучения будет чаще покупать, даже без общения с продавцом.

Добиться этого не просто, так как нужно знать разные зоны маркетинга. Но для начала изучите трюки с ценой и свойства-преимущества-выгоды. Всё это сделает Ваш ценник раскрывающим выгоды и показывающим стоимость с нужной стороны. Для моделирования посмотрите как это делают большие федеральные компании.

Для своего клиента мы на самые популярные товары сделали молчаливых продавцов, но без стоимости. Цена прикрепляется ниже отдельно. Так как свойства и выгоды остаются неизменны, а стоимость меняется из дня в день. И я Вам скажу результат на лицо, клиенты сразу видят причины купить, а продавцы не забывают о чём надо обязательно сказать.



YAMAHA C40

верхняя дека — ель
корпус - меранти
накладка — палисандр
18 ладов
колки — хромированные

- ✓ хит продаж
- ✓ материалы высокого качества
- ✓ великолепный звук
- ✓ крайне удобна в обращении
- ✓ находка для начинающих

Правило 8 – Перестановка

У нас в офисе постоянно происходит перестановка мебели и рабочих мест. Это делается для того, чтобы дни не были похожи на день сурка. Эту идеологию мы взяли из бизнес-обучения, где рекомендуется ученикам каждый раз менять своё место для нового взгляда на материал. И мерчандайзинг здесь не исключение. Только цель там другая.

В мерчандайзинге рекомендуется с некоторой периодичностью делать перестановку для того, чтобы посетитель заходил к Вам каждый раз как в первый. Наверняка Вы сами не раз замечали, когда не могли найти в продуктовом магазине банку огурцов на том же месте, где брали её неделю назад. Вот это сделано не зря.

Если все вещи будут лежать на своих местах вечно, то при частом посещении Вашей торговой точки у клиента появятся мёртвые зоны, в которые он не смотрит, так как уже знает что там. Но если иногда Вы делаете перестановку, то он весь ассортимент изучает снова и “по случайности” находит много чего полезного, что раньше не замечал.

Вам не обязательно делать глобальную перестановку. менять одну категорию товара с другой. Достаточно перестановки внутри группы. Например, поменять передний план на дальние позиции или поменять местами верхний ряд с нижним.

Частота перестановки напрямую зависит от частоты посещений. Чем чаще к Вам приходят люди, тем быстрее у них притирается Ваша выкладка и тем чаще Вам нужно делать изменения. Если народ к Вам приходит один раз за всю жизнь, то можно ничего не менять, так как смысла в этом никакого.

Правило 9 – Разные люди

Разные группы покупателей привыкли совершать покупки в разное время суток. Например, бабушки чаще всего посещают магазины в утренние часы, первая половина дня – домохозяйки, вечер – занятые люди после работы, а ночь – время молодежи или одиночек.

Для Вас это не значит, что нужно успевать делать перестановку внутри магазина в зависимости от времени. Хотя при большом потоке мы рекомендуем некоторые мобильные полки всё таки менять. Как минимум, в зависимости от этого можно подбирать звуковое оформление и даже устанавливать температуру в зале, если есть такая возможность.

На это правило можно посмотреть ещё иначе. У каждой компании своя целевая аудитория, а значит и свои особенности. Одни любят самообслуживание, а другие приветствуют только помощь консультанта. Одни предпочитают много места, а другие, когда всё плотно закрыто товаром. Таких сравнений масса, поэтому всегда делайте поправку на своих клиентов. Но ориентируйтесь не на ощущения, а на статистику покупок.

Разработка мероприятий по стимулированию сбыта.

Практическая работа выполняется в группе. В данной работе учащимся определить:

1. Мероприятия, направленные на стимулирование сбыта продукции, предлагаемой в выбранных магазинах.
2. Просчитать затраты на проведение данных мероприятий и эффект от их проведения.
3. Рассмотреть мероприятия по улучшению связей с общественностью.
4. Предложить мероприятия для каждой контактной аудитории.

При выполнении практической работы составляется отчет. Отчет защищается коллегиально.

Отчет должен включать в себя ответы на следующие вопросы:

разработать мероприятия по стимулированию сбыта товара;
продумайте систему доставки товара вашим потребителям;
постройте цепочку сопутствующих товаров, которые помогут стимулировать сбыт;
предложите мероприятия по стимулированию сбыта внутри организации (работа с персоналом);
как бы вы могли использовать сезонное обновление витрин применительно к вашему виду бизнеса?

Общие рекомендации

По всем вопросам, связанным с изучением дисциплины (включая самостоятельную работу), консультироваться с преподавателем.

Контроль и оценка результатов

Оценка за выполнение практической работы выставляется в форме «зачтено - не зачтено», по пятибалльной системе и учитывается как показатель текущей успеваемости.

Оценивание ответа «зачтено – не зачтено» осуществляется следующим образом:

Оценка **зачтено** выставляется, если ответ логически и лексически грамотно изложен, содержателен и аргументирован, подкреплён знанием литературы и источников по теме задания, умением отвечать на дополнительно заданные вопросы; незначительное нарушение логики изложения материала, периодическое использование разговорной лексики, допущение не более трех ошибок в содержании задания, а также не более трех

неточностей при аргументации своей позиции, неполные или неточные ответы на дополнительно заданные вопросы.

Оценка **незачтено** выставляется, если в ответе допущено существенное нарушение логики изложения материала, систематическое использование разговорной лексики, допущение более трех ошибок в содержании задания, а также более трех неточностей при аргументировании своей позиции, неправильные ответы на дополнительно заданные вопросы; существенное нарушение логики изложения материала, полное незнание литературы и источников по теме вопроса.

По пятибалльной системе:

Качественная оценка индивидуальных образовательных достижений		Критерии оценки результата
балл (оценка)	вербальный аналог	
5	отлично	Представленные работы высокого качества, уровень выполнения отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, выполнены все предусмотренные практической работой задания.
4	хорошо	Уровень выполнения работы отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные практической работой задания выполнены, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.
3	удовлетворительно	Уровень выполнения работы отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных практической работой заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.
2	не удовлетворительно	Теоретическое содержание курса освоено частично, необходимые практические навыки работы не сформированы, большинство предусмотренных практической работой заданий не выполнено.