

Link do produktu: <http://www.empi2.pl/organizacja-i-techniki-sprzedazy-kwalifikacja-au20-a18-prowadzenie-sprzedazy-tom-2-podrecznik-p-2058.html>



Organizacja i techniki sprzedaży. Kwalifikacja AU.20 (A.18)* Prowadzenie sprzedaży, tom 2 – podręcznik

Dostępność	Książka niedostępna - nakład wyczerpany!
Numer katalogowy	OITS
Kod CN	4901

Opis książki

Do kupienia [wersja elektroniczna na platformie ibuk.pl](#) za 26 zł w formacie pdf

podręcznik przeznaczony do kształcenia w zawodach: sprzedawca, technik handlowiec i technik księgarstwa; kwalifikacja AU.20 (A.18)* Prowadzenie sprzedaży; typ szkoły: Szkoła branżowa I stopnia, technikum

Autorki: Elżbieta Strzyżewska, Iwona Wielgosik
Wyd. 1 poprawione, 2018
ISBN 978-83-62325-69-6
ss. 252
oprawa: miękka

Nr ewidencyjny w wykazie MEN: 59/2013
Rok dopuszczenia: 2013

[Przeczytaj cały rozdział \(format pdf\)](#)

W podręczniku przedstawiono:

- ogólną charakterystykę handlu (klasyfikację i formy handlu, funkcje przedsiębiorstw handlowych)
 - dostawy towarów (zagadnienia dot. popytu, zakupu i przyjmowania towarów)
 - gospodarkę magazynową
 - przygotowanie i sprzedaż towarów (wyposażenie punktów handlowych, zasady rozmieszczania towarów, organizację sprzedaży, gospodarkę opakowaniami)
 - ustalanie cen (marże, podatki, odliczenia)
 - czynności pozasprzedażowe (inventaryzacja, odpowiedzialność materialną pracowników, zabezpieczenie towarów przed kradzieżą, ubezpieczenie punktów sprzedaży)
 - bezpieczne wykonywanie pracy w handlu (bhp, ergonomię pracy, choroby zawodowe, wypadki przy pracy, ochronę przeciwpożarową, ochronę środowiska, organy i instytucje ochrony środowiska)
- Na końcu rozdziałów zamieszczono pytania testowe i zadania.

Z recenzji rzeczoznawcy MEN – Marii Gaertner:

Podręcznik jest poprawny pod względem merytorycznym i dydaktycznym, uwzględnia aktualny stan wiedzy naukowej, w tym metodycznej, jest w wysokim stopniu przystosowany do danego poziomu kształcenia, zwłaszcza pod względem stopnia trudności, formy przekazu, właściwego doboru pojęć, nazw, terminów i sposobu ich wyjaśniania, zawiera materiał rzeczowy i materiał ilustracyjny odpowiedni do przedstawianych treści nauczania, ma logiczną konstrukcję. (...) Obszerna warstwa informacyjna podręcznika pozwoli uczniom i nauczycielom na elastyczne wykorzystanie treści w dostosowaniu do potrzeb i zdolności uczniów w kształceniu praktycznym oraz ich aktywizowaniu.

POBIERZ:

- plan zajęć dydaktycznych ([format doc](#), [format pdf](#))
- podstawa programowa kształcenia w zawodzie sprzedawca (HAN.01) i podział efektów kształcenia ([format docx](#), [format pdf](#))
- podstawa programowa kształcenia w zawodzie technik handlowiec (HAN.01, HAN.02) i podział efektów kształcenia ([format docx](#), [format pdf](#))
- wzory dokumentów i tabele do ćwiczeń ([format doc](#))

* zmianie uległy symbole kwalifikacji, ale podstawy programowe dla tych kwalifikacji pozostały takie same

Spis treści

SPIS TREŚCI	
1. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA HANDLU	
1.1	Zakres i granice handlu
1.2	Zadania handlu
1.3	Klasyfikacja handlu
1.4	Formy handlu (klasyczny)
1.5	Handel detaliczny
1.6	Handel hurtowy
1.7	Handel wyspecjalizowany

2. DOSTAWY TOWARÓW

- 2.1. Popyt na towary i jego rodzaje
 - 2.1.1. Czynniki wpływające na kształtowanie się popytu konsumpcyjnego
 - 2.1.2. Metody badania popytu
- 2.2. Zakup towarów
 - 2.2.1. Źródła zakupu towarów
 - 2.2.2. Czynniki wpływające na wybór dostawcy
 - 2.2.3. Procedura zamawiania towarów
 - 2.2.4. Zasady zaopatrzenia w towary
 - 2.2.5. Harmonogram dostaw
 - 2.2.6. Wpływ sprzedaży akwizycyjnej na zaopatrzenie punktów sprzedaży detalicznej
- 2.3. Przyjmowanie towarów
 - 2.3.1. Dokumentacja związana z dostawą towarów
 - 2.3.2. Technika odbioru ilościowego
 - 2.3.3. Technika odbioru jakościowego
 - 2.3.4. Reklamacje związane z przyjmowaniem towaru

3. GOSPODARKA MAGAZYNOWA

- 3.1. Rodzaje magazynów handlowych
- 3.2. Zadania magazynów handlowych
- 3.3. Obiekty magazynowe
- 3.4. Wyposażenie magazynów
- 3.5. Dokumentacja obrotu magazynowego
- 3.6. Gospodarka zapasami
 - 3.6.1. Klasyfikacja zapasów towarowych
 - 3.6.2. Rotacja towarów
 - 3.6.3. Rodzaje niedoborów towarowych
 - 3.6.4. Limity ubytków towarowych

4. PRZYGOTOWANIE I SPRZEDAŻ TOWARÓW

- 4.1. Wymagania stawiane lokalom sklepowym
- 4.2. Zasady planowania wnętrza sklepu
- 4.3. Rozplanowanie sali sprzedażowej
- 4.4. Wyposażenie punktów handlowych
 - 4.4.1. Meble sklepowe
 - 4.4.2. Wagi i inne urządzenia miernicze
 - 4.4.3. Urządzenia kasowe
 - 4.4.4. Urządzenia chłodnicze
 - 4.4.5. Urządzenia transportowe
 - 4.4.6. Inny sprzęt techniczny i pomocniczy
- 4.5. Przygotowanie towarów do sprzedaży
- 4.6. Zasady rozmieszczania towarów
 - 4.6.1. Rozmieszczanie towarów w sali sprzedażowej
 - 4.6.2. Rozmieszczanie towarów na zapleczu
- 4.7. Organizacja sprzedaży
 - 4.7.1. Organizacja sprzedaży w tradycyjnej metodzie sprzedaży
 - 4.7.2. Organizacja sprzedaży w nowoczesnych metodach sprzedaży
- 4.8. Gospodarka opakowaniami w jednostkach handlu detalicznego

5. USTALANIE CEN

- 5.1. Pojęcie i rodzaje cen
 - 5.2. Marże
 - 5.2.1. Pojęcie i rodzaje marż
 - 5.2.2. Obliczanie marży
 - 5.3. Struktura ceny detalicznej
 - 5.4. Podatek VAT
 - 5.4.1. Charakterystyka podatku VAT
 - 5.4.2. Sposoby obliczania podatku VAT
 - 5.5. Podatek akcyzowy
 - 5.6. Odliczenia od cen
- Sprawdź, czy potrafisz

6. CZYNNOŚCI POZASZRZEDAŹOWE

- 6.1. Inwentaryzacja w pracy sprzedawcy
 - 6.1.1. Inwentaryzacja
 - 6.1.2. Rodzaje inwentaryzacji
 - 6.1.3. Rozliczenie inwentaryzacji
 - 6.2. Odpowiedzialność materialna pracowników handlu
 - 6.2.1. Odpowiedzialność materialna pracownika (na zasadach ogólnych)
 - 6.2.2. Zakres czynności pracownika a odpowiedzialność materialna
 - 6.2.3. Odpowiedzialność materialna za mienie powierzone z obowiązkiem wyliczenia się lub zwrotu
 - 6.2.4. Odpowiedzialność porządkowa
 - 6.2.5. Odpowiedzialność karna pracowników
 - 6.3. Zabezpieczenie towarów przed kradzieżą
 - 6.4. Ubezpieczenie punktów sprzedaży
- Sprawdź, czy potrafisz

7. BEZPIECZNE WYKONYWANIE PRACY W HANDLU

- 7.1. Podstawowe pojęcia związane z bezpieczeństwem i higieną pracy
 - 7.2. Odpowiedzialność i obowiązki pracodawcy w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy
 - 7.3. Prawa i obowiązki pracownika w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy
 - 7.4. Zadania i uprawnienia instytucji w zakresie ochrony pracy w Polsce
 - 7.5. Ergonomia pracy
 - 7.6. Wymagania dotyczące pomieszczeń pracy
 - 7.7. Wymagania dotyczące stanowiska pracy
 - 7.8. Czynniki szkodliwe, uciążliwe i niebezpieczne w środowisku pracy
 - 7.9. Środki ochrony indywidualnej i zbiorowej podczas wykonywania zadań zawodowych
 - 7.10. Choroby zawodowe
 - 7.11. Wypadki przy pracy
 - 7.11.1. Pojęcia i podział wypadków przy pracy
 - 7.11.2. Postępowanie powypadkowe
 - 7.12. Ochrona przeciwpożarowa
 - 7.13. Ochrona środowiska
 - 7.13.1. Obowiązki przedsiębiorcy korzystającego ze środowiska
 - 7.13.2. Opłata produktowa przedsiębiorcy
 - 7.14. Organy i instytucje ochrony środowiska
- Sprawdź, czy potrafisz

Literatura

Indeks

Przykładowe strony

W każdym rozdziale zdefiniowano i umieszczono na kolorowym tle najważniejsze pojęcia.

2 DOSTAWY TOWARÓW



Zaopatrzenie – dostarczenie czegoś potrzebnego, pożądanego.
Zaopatrzenie w handlu – dostarczenie i gromadzenie towarów w celu dalszej odsprzedaży.

Do podstawowych czynności przedsiębiorstw handlowych należy **zaopatrzenie**. Przedmiotem zaopatrzenia są towary.

Podstawą kształtowania oferty towarowej w punktach sprzedaży jest badanie popytu konsumpcyjnego oraz ocena istniejących źródeł zaopatrzenia.

2.1. Popyt na towary i jego rodzaje

Popyt konsumpcyjny – zapotrzebowanie ludności na towary i usługi.

Popyt konsumpcyjny można podzielić m.in. na:

- **sztywny**, dotyczący dóbr pierwszej potrzeby (chleb, jaja, mleko, mąka, sól itp.), który ulega niewielkim wahaniom przy zmianach w dochodach ludności; brak zmian w zakresie popytu jest skutkiem biologicznych potrzeb człowieka, bowiem człowiek, by żyć, musi określić dobra konsumować,
- **elastyczny**, dotyczący dóbr, które zaspokajają inne potrzeby niż biologiczne; jego wielkość kształtują zmiany cen towarów i usług oraz zmiany dochodów ludności – w razie wzrostu ceny danego dobra popyt na nie spada, a konsumenci poszukują substytutów (zamiennych towarów) z niższymi cenami, przy spadku cen – popyt wzrasta.

Podwyżki cen towarów powodują zmniejszenie siły nabywczej ludności, ponieważ ich dochody netto (po potrąceniu podatku dochodowego) są stałe i w konsekwencji zostaje ograniczony popyt na dobra droższe. Obniżenie cen towarów przy niezmiennych się dochodach ludności przyczynia się do wzrostu siły nabywczej ludności i wzrostu popytu na towary. Zjawisko zmiany wielkości

Wzór 9. Rachunek

Piekarnia „Grahamka” ul. Lipnowska 4 88-100 WŁOCŁAWEK		RACHUNEK NR 17/XY		Włocławek, dnia 26 marca 20XY r.	
dla <i>Sklepu Spożywczego „U Jagody”</i>					
adres: <i>ul. Motylowa 3, 23-500 Radziejów Kujawski</i>					
Nazwa towaru lub usługi		J. m.	Ilość	Cena zł, gr	Wartość zł, gr
1	Chleb razowy	szt.	20	2,80	56,00
2	Chleb graham	szt.	15	2,20	33,00
3	Bułki wrocławskie	szt.	30	0,45	13,50
4	Bułka tarta	kg	20	3,50	70,00
5					
6					
RAZEM:					172,50

Słownie zł/gr: *sto siedemdziesiąt dwa złote 50/100*
 Forma płatności: *gotówka*
 Płatne na rachunek:

Wzór 10. Dowód dostawy

Piekarnia „Grahamka” ul. Lipnowska 4 88-100 WŁOCŁAWEK				MIEJSCOWOŚĆ		DZIEŃ/MIESIĄC		ROK			
				Włocławek		26 marca		20XY r.			
				DOWÓD DOSTAWY NR						26/03/XY r.	
Lp.	Nazwa towaru	PKWIU	Ilość	Jednost- ka miary	Cena jednostkowa	Wartość					
1	Chleb graham	–	200	szt.	2,20	440,00					
2	Chleb tostowy	–	120	szt.	3,20	384,00					
Słownie zł: <i>osiemset dwadzieścia cztery</i>						RAZEM		824,00			
Sporządził:		Zatwierdził:			Pozycja księgowania:						
(-)		(-)			NR		16				

gdzie:

R_r – wskaźnik rotacji w razach,
 O – wielkość obrotu (sprzedaży),
 \bar{Z} – zapas przeciętny.

Wskaźnik rotacji w dniach informuje, na ile dni przeciętnej sprzedaży wystarczy określony zapas, czyli jak długo towar pozostaje w formie zapasu w sklepie. Można go obliczyć według wzoru:

$$R_d = \frac{\bar{Z} \cdot T}{O}$$

gdzie:

R_d – wskaźnik rotacji w dniach,
 O – wielkość obrotu (sprzedaży),
 T – liczba dni w okresie,
 \bar{Z} – zapas przeciętny.

Uwaga: w celu uproszczenia obliczeń przyjmujemy we wskaźnikach rotacji, że każdy miesiąc ma 30, kwartał 90, a rok 360 dni.

Znając jeden ze wskaźników rotacji, drugi można obliczyć w uproszczony sposób, wykorzystując któryś z poniższych wzorów:

$$\frac{T}{R_r} = R_d \quad \frac{T}{R_d} = R_r$$



Przykład

Należy obliczyć wskaźniki rotacji w obrotach i w dniach, wiedząc, że w okresie ubiegłego roku roczny obrót w placówce handlowej wyniósł 4 500 000 zł, a zapas przeciętny 250 000 zł.

1. Obliczenie wskaźnika rotacji w razach:

$$\frac{4\,500\,000 \text{ zł}}{250\,000 \text{ zł}} = 18 \text{ razy}$$

2. Obliczenie wskaźnika rotacji w dniach:

$$\frac{250\,000 \text{ zł} \cdot 360 \text{ dni}}{4\,500\,000 \text{ zł}} = 20 \text{ dni}$$

3. Obliczenie wskaźnika rotacji w razach według uproszczonego wzoru:

$$\frac{4\,500\,000 \text{ zł}}{250\,000 \text{ zł}} = 18 \text{ razy}$$

4.4.2. Wagi i inne urządzenia miernicze

Kolejnym elementem wyposażenia punktu sprzedaży detalicznej są wagi. Mogą być one używane w sprzedaży detalicznej, w procesie przygotowania towarów do sprzedaży oraz przyjmowania towarów do sklepów, a także w sprzedaży hurtowej. Wykorzystywane są głównie w sklepach sprzedających artykuły żywnościowe.



A. Waga etykietująca

B. Waga handlowa

C. Wago-skaner

Ryc. 38. Wagi elektroniczne

Współcześnie w handlu dominują wagi elektroniczne (ryc. 38) projektowane na podstawie najnowszych technologii. Wyposażone są w pamięć z programatorem cen, wodoodporną klawiaturę dźwiękową umożliwiającą bezbłędną i bezawaryjną obsługę, niezależnie od warunków zewnętrznych. Mają zasilanie sieciowe (energia elektryczna), akumulatorowe, na baterie. Ich zaletą jest możliwość szybkiego odczytywania z dwustronnego wyświetlacza ceny jednostkowej, ciężaru i wartości towaru, jednocześnie przez konsumenta i sprzedawcę. Wagi mają możliwość tarowania (ustalenia wagi opakowania), kodowania cen i sumowania wartości ważonych towarów. Mogą pracować samodzielnie, być podłączone do kasy fiskalnej lub systemu kasowo-komputerowego. Bez względu na sposób podłączenia praca wag wygląda tak samo. Towar ważony układa się na szali metalowej i wciska klawisze odpowiadające danemu towarowi, wstukuje z klawiatury kod towarowy, a w kasach wyposażonych w monitor dotykowy – dotyka określonych symboli. Waga samoczynnie oblicza należność i wyświetla ją na indykatorze, a w wagach etykietujących – drukuje etykietę samoprzylepną lub na taśmie paragonowej.

Wagi elektroniczne dzielą się na:

- wagi handlowe – przeznaczone głównie do małych punktów sprzedaży detalicznej i na targowiska. Mogą mieć zasilanie sieciowe, akumulatorowe lub na baterie. Mają dwa wyświetlacze LCD – po stronie konsumenta i sprzedawcy, mogą być połączone z urządzeniami zewnętrznymi – kasą fiskalną, komputerem,

**Sprawdź, czy potrafisz****I. Pytania testowe**

Podaj właściwą odpowiedź (tylko jedna jest poprawna):

- Do trwałego wyposażenia punktów sprzedaży detalicznej zaliczamy:
 - meble sklepowe.
 - urządzenia kasowe.
 - urządzenia transportowe.
 - komory chłodnicze.
- Na rysunku przedstawiono:
 - terminal kart płatniczych.
 - tester banknotów.
 - inventaryzator.
 - tensator.
- Towary-magnesy powinny być rozmieszczane w:
 - centralnych miejscach sali sprzedażowej.
 - pobliżu kas.
 - mało widocznych miejscach.
 - narożnikach sali sprzedażowej.
- Preselekcja jest nowoczesną formą sprzedaży stosowaną w:
 - sklepach obuwniczych.
 - sklepach spożywczych.
 - aptece.
 - sklepach mięsnych.
- W sklepie, w którym pojedynczych towarów nie oznacza się cenami, w sali sprzedażowej o powierzchni 820 m², powinny znajdować się:
 - dwa czytniki kodów kreskowych.
 - trzy czytniki kodów kreskowych.
 - cztery czytniki kodów kreskowych.
 - osiem czytników kodów kreskowych.

**II. Zadania**

- Zaplanuj salę sprzedażową dla sklepu spożywczego: z tradycyjną formą sprzedaży w układzie trzyliniowym oraz samoobsługową, wykorzystując trzy ściany oraz rozplanowanie wysepek w układzie „w kratę” na podstawie poznanych zasad.
- Oblicz wskaźnik wykorzystania powierzchni sprzedażowej, biorąc pod uwagę następujące dane.
Długość ścian sali sprzedażowej o kwadratowym kształcie wynosi 18 m. Właściciel sklepu z tradycyjną formą sprzedaży postanowił zmodernizować sklep