**Obchodná prevádzka – príprava ,skladovanie a predaj tovar**

**Január 2022**

**Obchodná prevádzka III. ročník**

**Téma : Opakovanie učiva.**

**OPAKOVANIE UČIVA**

Skladovacie priestory musia vyhovovať musia vyhovovať sortimentu skladovaného tovaru. **Miestnosti skladov musia byť:**

* čisté,
* suché alebo vlhké,
* tmavé, chladné,
* vzdušné,
* vetrateľné,
* bez teplotných výkyvov a pod.

**Tovar sa zásadne nesmie ukladať priamo na podlahu**. Treba ho ukladať na:

* podstavce,
* pódiá,
* police,
* regále,
* palety alebo rohože.

**Zásady skladovania tovaru:**

**Zásada účelného a prehľadného uskladnenia tovaru:**

Každý druh tovaru má mať vyhradené stále miesto. Nový tovar nesmie brániť plynulému

odberu staršieho tovaru, starší tovar zaraďovať do predaja skôr.

**Zásada dovoleného a nedovoleného susedstva tovaru:**

Druhy s nepríjemným zápachom sa nesmú ukladať vedľa druhov, ktoré ľahko napáchnu.

Napr. rybie výrobky vedľa cukrárenských. Prehľady o dovolenom a nedovolenom susedstve

druhov tovaru sú k dispozícii v každej predajni.

**Zásada hygienického skladovania tovaru:**

Tovar sa nesmie ukladať priamo na podlahu (podstavce, pódiá, police, regály, palety,

rohože).

**Tovar uskladníme tak, aby bol voľný prístup k hasiacim prístrojom, hydrantom iným**

**bezpečnostným zariadeniam, aby neboli zahatané východy!!!!!!**

**Skladovaný tovar treba udržiavať v čistote**.

**Obchodná prevádzka – príprava ,skladovanie a predaj tovaru**

**január 2022**

**Psychológia predaja III. ročník**

**Téma : Sebahodnotenie.**

Sebahodnotenie zamestnancov je jednou z najlepších metód, ako zapojiť zamestnancov do procesu sledovania výkonnosti a stanovovania pracovných a kariérnych cieľov.

Sebahodnotenie zamestnancov zabezpečuje, že zamestnanci sa dôkladne pripravia na plánovanie rozvoja výkonnosti alebo na stretnutie s manažérom. Poskytuje zamestnancom užitočnú príležitosť seriózne zvážiť ich výkonnosť a prínos.

To je dôležité najmä vtedy, keď chcete povzbudiť svojich zamestnancov, aby si stanovili ciele na stretnutie. Sebareflexia možností môže zvýšiť ich schopnosť zamerať sa ďalej, vyššie a múdrejšie. Nie je to isté, ako manažér, ktorý od nich očakáva viac. Je to omnoho lepšie pre výkon, keď zamestnanec zvyšuje očakávania.

Samohodnotenie zamestnancov povzbudzuje zamestnancov k tomu, aby premýšľali o vašej budúcnosti a plánovali ich budúcnosť s vašou organizáciou. Môžu zacieliť svoju ďalšiu príležitosť, možné propagácie, rôzne pracovné miesta, ktoré by chceli vyskúšať, a krížové školenia, ktoré by chceli získať. Sebahodnotenie je tiež príležitosťou pre zamestnancov premýšľať o svojej kariére buď vo vašej spoločnosti alebo u iného zamestnávateľa.

V sebahodnotení zamestnanec reaguje na sériu otázok, ktoré pomáhajú zamestnancovi zhodnotiť jeho výkonnosť počas hodnotiaceho obdobia. To vedie zamestnanca prostredníctvom myšlienkového procesu, ktorý mu umožňuje zamerať sa na mnohé aspekty a nuansy ( maličkosti, rozdielnosti )výkonu.

Zamestnanec je vyzvaný, aby premýšľal o všetkých zložkách výkonu, od opisu práce až po dosiahnuté ciele a aby do mixu zahrňoval profesionálny rozvoj. Tento štruktúrovaný prístup k riadeniu a plánovaniu výkonnosti pomáha zamestnancovi pozrieť sa na jeho súčasnú a požadovanú úroveň príspevku.

Toto sebahodnotenie otvára rozhovor medzi zamestnancom a manažérom počas stretnutia o hodnotení výkonnosti. Akt sebahodnotenia a súbežná introspekcia ( sebapozorovanie) spôsobí, že zamestnanec prehodnotí ciele, zhodnotí pokrok a zamyslene zváži oblasti pre prácu a kariérny rast.

## Účel hodnotenia výkonnosti

Hlavným účelom hodnotenia výkonnosti je podporiť komunikáciu o výkone práce medzi manažérom a jeho zamestnancami. Okrem toho je stretnutie na hodnotenie výkonnosti ideálnym časom na diskusiu:

* Kvalita a množstvo práce, ktorú ste vykonali v časovom rámci hodnotenia
* Vaše obchodné ciele pre štvrťrok alebo obdobie hodnotenia
* Vaše ciele pre zvýšenie výkonu a zlepšenie
* Ďalšie kroky pre váš osobný a obchodný rozvoj vo vašej práci a kariére.

## Odporúčaný prístup k sebahodnoteniu zamestnancov

Použite tieto samohodnotiace otázky, aby ste sa pripravili na vaše hodnotenie výkonnosti a hodnotiace stretnutie s manažérom. Uskutočnenie tohto sebahodnotenia zabezpečí, že:

* Od poslednej schôdzky o hodnotení výkonnosti alebo plánovaní vývoja výkonnosti trávite čas premýšľaním a hodnotením výkonu svojej práce.
* Premýšľajte o svojej práci, kariére a pokroku osobného rozvoja od posledného hodnotenia výkonnosti.
* Zamyslite sa nad cieľmi práce, kariéry a osobného rozvoja, ktoré chcete dosiahnuť počas tohto obdobia hodnotenia výkonnosti.
* Určite oblasti, v ktorých chcete zlepšiť svoj výkon - využite spätnú väzbu spolupracovníka a manažéra počas obdobia hodnotenia ako vstup,
* Zistite, či existujú komponenty vašej práce, ktoré by sa mohli lepšie hodiť inde v organizácii,
* Rozhodnite sa, či trávite čas úlohami, ktoré vám bránia v prispievaní výstupov, ktoré organizácia od vás najviac potrebuje,
* Upravte popis úlohy tak, aby lepšie odrážal to, čo robíte.
* Pripravte sa na vyjadrenie názorov svojho manažéra o tom, ako vystupujete a či potrebuje od vás konkrétne výsledky, ktoré momentálne nevyrábate, a
* Pripravte sa na svoju interakciu so svojím manažérom, aby ste pomohli posúdiť výkonnosť stretnutím s konverzáciou, a nie len tak, že ste ho odsúhlasili.

Použite tieto odporúčané samohodnotiace otázky, aby ste sa zamyslene pripravili na konverzáciu o vývoji výkonnosti.

V nadväznosti na vašu premyslenú prípravu pošlite kópie vášho sebahodnotenia svojmu manažérovi a oddeleniu ľudských zdrojov ešte pred stretnutím o vývoji a hodnotení výkonnosti.

**Obchodné počty3. ročník**

**17. Práca s počítačom**

V súčasnosti prichádza do kontaktu s počítačmi väčšina ľudí, či už na pracovisku alebo v domácnosti. V prípade, že človek trávi za počítačom veľa času alebo má podobné sedavé zamestnanie, je tu niekoľko rád.

* Základom je vhodná výška stola a stoličky (najlepšie nastaviteľná s operadlom).
* Kolená aj lakte by mali byť v približne pravom uhle, chrbát vystretý, zápästia pri práci s myšou rovné.
* Horný okraj monitora má byť vo výške očí, monitor vzdialený od tela asi 50cm.
* Chodidlá položené celou plochou na zem a nohy neprekrížené.
* Každé dve hodiny je potrebné sa poprechádzať, natiahnuť, vyvetrať v miestnosti.
* Je dobré osvojiť si niekoľko očných cvikov, prípadne sa pravidelne pozrieť do diaľky.
* Dbať na pitný režim a vhodné osvetlenie, nedýchať plytko.
* Po práci si dopriať pobyt na dennom svetle a slnku.

**Obchodná prevádzka – príprava ,skladovanie a predaj tovaru**

**január 2022**

**Aranžovanie a propagácia III. ročník**

**Téma : Obal ako propagačný prostriedok.**

To, že **obal predáva**je stará známa pravda. Vyberáme zrakom, a to, čo je nám **príťažlivé, sympatické a príjemné**, si vyberáme. V čase, keď na trhu je nespočetné množstvo produktov, je práve obal jedným z dôležitých prvkov, ktorý nám pomáha pri výbere. Propagačný obal spĺňa kritéria o ktorých sme si povedali v časti propagačné prostriedky. Ale každý obal musí spĺňať predovšetkým základné vlastnosti a funkcie. Skôr, ako si podrobnejšie vysvetlíme podstatu obalu, ako propagačného prostriedku, vysvetlíme si, aké **vlastnosti**obal vo všeobecnosti spĺňa, z akým **materiálov**sa vyrába a aké je jeho **použitie**.

**Propagačná úloha obalu**má funkciu vizuálnej komunikácie medzi výrobcom a spotrebiteľom. Dopĺňa celkový vzhľad a psychologický účinok obalu. Rozlišuje výrobok od ostatných, má identifikačnú funkciu. Propaguje prostredníctvom značky a zaručuje určitú vlastnosť výrobku – vplyv na zdravie, ľahká manipulovateľnosť, jednoduché otváranie a podobne. Propagačná úloha obalu upozorňuje na výhody spojené s potrebami spotrebiteľov. Obal informuje o jeho výhodách, ktoré vyjadruje prostredníctvom tvaru, farby, veľkosti a štruktúry. Propagačné posolstvo má byť sformulované v takej forme, ktorá bude vyhovovať spotrebiteľom. Propagačné posolstvo môže dokonca radiť, ako by sa mal zákazník rozhodovať.

**Funkcie propagačného obalu:
Informačná** – obal plní úlohu predavača. Predovšetkým informuje spotrebiteľa o druhu
tovaru. Nosičom tejto informácie je **etiketa**, ktorá môže byť pevnou súčasťou obalu, alebo je
k nemu iba pripevnená. Ide o grafický návrh, ktorý tvorí s obalom celok. Môže obsahovať iba
značku a meno, ale spotrebiteľský obal si vyžaduje viac informácií. Označenie výrobkov plní
niekoľko funkcií: - identifikuje výrobok alebo značku, - vyjadruje triedu výrobku (akostné zaradenie výrobku), - popisuje výrobok (meno a adresu výrobcu, dátum výroby, označenie trvanlivosti, zloženie výrobku)

**Marketingová** - obal môže zdôrazniť niektoré nástroje marketingu. Obal však tiež prináša podvedomé informácie o výrobku. Farba, tvar, veľkosť, textúra obalu môže prezrádzať luxus, silu, odolnosť, použiteľnosť, chuť výrobku. Priehľadné obaly, neobvyklé tvary alebo recyklovateľné obaly tiež prinášajú určité posolstvo.
Obal ako marketingový nástroj plní niekoľko funkcií: - uľahčuje predaj tovaru; - poskytuje komfort pre zákazníka; - symbolizuje značku / výrobok; - presvedčuje zákazníka, podporuje nákup – musí byť príťažlivý a výrazný; - uľahčuje orientáciu zákazníka – musí byť čitateľný (usporiadanie informácii, - veľkosť písma); -komunikuje – kombináciou informácii, obrázkov, symbolov, farieb; - popisuje výrobok – informačná funkcia obalu; - ponúka príležitosť k inováciám.
**Estetická** – obal je **vizuálne príťažlivý**a dokáže nás osloviť tak, že máme chuť si výrobok kúpiť. Estetickou funkciou obalu je **upútať pozornosť**zákazníka a k tomuto účelu využíva komunikačné nástroje ako každý iný propagačný prostriedok. - **Dizajn obalu** – udáva ho tvar obalu a jeho funkcia použitia. Kozmetické flakóny patria k malým dizajnérskym dielam. - **Tvar obalu** – zaujímavý tvar obalu dokáže zaujať. - **Kresba / fotografia** – uľahčuje identifikáciu a orientáciu druhu sortimentu;
- **Typografia** – vhodný typ písma pri uvedení názvu výrobku; - **Farba** – má svoju psychologickú a technickú funkciu. Farbou môžeme pôsobiť na zmysly a zároveň kategorizovať podskupiny tovaru.