

Link do produktu: <https://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 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 (inventaryzację, 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	Znaczenie (rola) handlu
1.2	Zadania handlu
1.3	Klasyfikacja handlu
1.4	Formy handlu (składowe)
1.4.1	Handel hurtowy
1.4.2	Handel detaliczny
1.4.3	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

Sprawdz, czy potrafisz

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 POZASZRZEDAŻOWE

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 określone 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:

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



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. Pytanla 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