

государственное бюджетное образовательное учреждение
среднего профессионального образования Владимирской области
«Вязниковский технико-экономический колледж»

МЕТОДИЧЕСКАЯ РАЗРАБОТКА
открытого урока
по дисциплине «Введение в профессию»
на тему: «Размещение и выкладка товаров в торго-
вом зале»



Преподаватель первой квалификационной категории
Козина Ирина Александровна

2015 учебный год

ВВЕДЕНИЕ

Открытый урок по предмету «Введение в профессию» на тему: «Размещение и выкладка товаров в торговом зале» проводился в группе обучающихся первого курса по профессии 38.01.02 Продавец, контролер – кассир.

Основная задача при разработке конкурсного урока предполагала демонстрацию педагогической концепции преподавателя, основу которой составляет компетентностный подход к обучению. При этом главной функцией педагога является создание условий для того, чтобы образовательный процесс стал творчеством личности, самой осуществляющей свое образование. Это достигается, по мнению педагога, через использование технологии элементы игры, ИКТ.

Методическая разработка составлена с целью обмена опытом проведения уроков по дисциплинам и профессиональным модулям, с применением элементов технологии ИКТ, как непрерывного процесса управления развитием потребностей, способностей у обучающихся с учетом требований ФГОС.

Структура занятия была разработана в соответствии со структурой «комбинированного урока». Этапы урока предусматривали постепенное вовлечение обучающихся в изучение правил размещения и выкладки товаров. Использование на уроке современных ИКТ позволило продемонстрировать производственные процессы, изучить правила и принципы выкладки товаров. Основная методическая подготовка преподавателя к такому уроку свелась к выбору форм и методов контроля знаний, разработке оценочных средств и структуры занятия. На уроке применялись следующие методы и формы организации урока: репродуктивный, проблемный, словесный, пояснительно - иллюстративный.

В который раз убедилась в эффективности использования заявленной технологии. На уроке удалось: достичь высокой накопляемости оценок, вовлечь в учебный процесс абсолютно всех присутствующих обучающихся, сформировать профессиональные и общие компетенции.

ПЛАН УРОКА

Дисциплина Введение в профессию

Раздел 7. Организация торгового – технологического процесса в магазине (28 часов)

Тема урока 7.3. Размещение и выкладка товаров в торговом зале

Группа: 1 прод.

Дидактическая цель урока: создание условий для обеспечения усвоения знаний о технологии размещения и выкладки товаров в торговом зале, как объектах торговой деятельности с применением элементов игры

Задачи урока:

**образовательная* – обеспечить в ходе урока исследование технологии размещения и выкладки товаров к продаже, усвоение правил торгового обслуживания;

**развивающая* – содействовать совершенствованию навыков организации собственной и коллективной деятельности с целью выполнения профессиональных задач;

**воспитательная* – содействовать формированию умения работы в коллективе, необходимого для освоения ОК 1 и ОК 6.

Тип урока, вид урока: комбинированный, смешанный

Педагогическая технология – ИКТ

Методы и формы организации урока:

- объяснительно – иллюстративный (устное изложение, демонстрация видеоматериалов, слайдов);

- элементы игры;

- работа в группах;

Межпредметные связи: ОП 03. Организация технологии розничной торговли

Учебно-методические оснащение урока: учебник, опорный конспект, презентация урока, видеоролик, ПК, мультимедийная установка, экран, фотоаппарат.

Формируемые компетенции:

ПК 1.2. Осуществлять подготовку, размещение товаров в торговом зале и выкладку на торговом – технологическом оборудовании.

ОК 1. Сущность и социальную значимость своей будущей профессии, проявлять к ней устойчивый интерес.

ОК 6. Работать в команде, эффективно общаться с коллегами, руководством, клиентами.

Ход урока

Элементы структуры урока	Деятельность преподавателя	Деятельность обучающихся	Примечание по методике обучения
1. Организационный момент	1. Приветствие. 2. Проверка посещаемости, готовности к уроку, 3. Целевая установка урока.	1. Приветствуют, 2. Готовятся к уроку. 3. Воспринимают информацию	Информационный
2. Этап проверки внеаудиторной самостоятельной работы	1. Организует опрос по теме «Организация хранения и подготовки товаров к продаже». 2. Оценивает презентации.	1. Отвечают на вопросы 2. Защищают презентации на темы: «Технология хранения товаров», «Технология подготовки товаров», «Товарные потери в магазине».	Фронтальный опрос Демонстрационный
3. Этап подготовки обучающихся к восприятию нового учебного материала	1. Называет тему урока и нацеливает обучающихся.	1. Воспринимают и осмысливают информацию 2. Записывают тему в опорный конспект	Информационный, беседа
4. Этап изучения нового материала	1. Последовательно излагает учебный материал. 2. Презентация урока ««Размещение и выкладка товаров в магазине»	1. Воспринимают информацию, ведут записи в опорном конспекте.	Беседа, демонстрационный
5. Этап закрепления изученного материала на данном уроке	1. Предлагает обучающимся «Технологическую игру»	1. Отвечают на вопросы поставленные в «Технологической игре»: - технологическая схема; - вопрос – картинка; - словарь продавца; - психологический вопрос; - подарок судьбы; - кроссворд	Словесный, письменный, проблемный
6. Этап подведения итогов урока	1. Анализирует деятельность студентов на уроке.	1. Оценивают деятельность каждого участника группы,	Информационный, беседа

	<p>2.Озвучивает оценки, разбирает типичные. Выставляет оценки в журнал.</p> <p>3.Предлагает ответить на вопросы</p>	<p>анализируют результативность решения поставленных задач на уроке.</p> <p>2. Воспринимают информацию.</p> <p>3. Отвечают на вопросы</p>	<p>Рефлексия</p>
<p>7. Этап информации обучающихся о внеаудиторной работе</p>	<p>Комментирует виды внеаудиторной работы:</p> <p>1.Работа с опорным конспектом.</p> <p>2.Подготовить мини – сообщение по теме «Размещение и выкладка товаров в магазине» с приложением фотоиллюстраций.</p>	<p>Записывают в конспект, обсуждают.</p>	<p>Информационный</p>

КОНСПЕКТ

Добрый день!

1. *Оргмомент – 3 минуты.*

Сегодня проводится открытый урок в 1 прод. группе по предмету «Введение в профессию» на тему «Размещение и выкладка товаров в торговом зале»

Прошу старосту назвать отсутствующих студентов группы (отметить всех в журнале).

Итак, на сегодняшнем занятии мы будем изучать учебный материал новой темы, работать в микрогруппах, рассматривать проблемные ситуации, формировать профессиональную грамотность.

2.Этап проверки домашнего задания (20 минут):

Как обычно, прежде чем приступать к изучению нового учебного материала, нужно проконтролировать Ваши знания по теме: «Организация хранения и подготовки товаров к продаже».

2.1.Фронтальный опрос:

- *Озвучьте, где размещают товары на хранение в магазине.
- *Перечислите способы укладки.
- *Объясните, что такое срок хранения?
- *Что такое срок годности?
- *Что такое срок реализации?
- * Перечислите операции при подготовке товаров к продаже.
- *Чему способствует предварительная фасовка и подготовка товаров.
- *Кто производит подготовку товаров в магазине.
- *Что необходимо для подготовки товаров в магазине.

А сейчас, предлагаю продемонстрировать внеаудиторное творческое задание – выполнение презентаций по теме «Организация хранения и подготовки товаров к продаже».

(Благодарю обучающихся за интересную, познавательную информацию и напоминаю, что каждый из Вас получает дополнительную оценку за выполнение творческих работ).

Считаю, что вы достаточно хорошо усвоили материал темы «Организация хранения и подготовки товаров к продаже» и сможете применить знания и умения в будущей профессиональной деятельности.

3.Этап подготовки обучающихся к активному усвоению знаний

СЛАЙД 1. Ранее на уроках мы рассматривали этапы торгово-технологического процесса, в которые входят: технология приемки товаров по количеству и качеству; организация хранения и подготовки товаров к продаже. Следующий этап называется «Размещение и выкладка товаров в магазине». Записываем тему урока в тетрадь.

СЛАЙД 2. На уроке мы рассмотрим следующие вопросы _____

Изучение нового материала – 40 минут.

Размещение и выкладка товаров в торговом зале существенно влияют на качество торгового обслуживания и эффективность работы магазина.

СЛАЙД 3. Под размещением товаров понимают их распределение на площади торгового зала в соответствии с планом помещения, а под выкладкой – процесс расположения, укладки и показа товаров на торговом оборудовании.

СЛАЙД 4. **Технология размещения товаров в торговом зале.** Размещение товарных групп для каждого типа магазина учитывается еще при составлении его техноло-

гической планировки (показано на слайде). При этом исходят из ассортимента реализуемых товаров и применяемых методов продажи каждой товарной группы, конструктивных особенностей торгового зала, расположения окон, дверей, колонн и т.д. учитывают также определенные правила установки торгового – технологического оборудования.

СЛАЙД 5. При продаже товаров через прилавок обслуживания покупателям предлагаются только образцы товаров, находящиеся за прилавком. Поэтому для них не имеет значения, как расположены товарные запасы, из которых продавец отпускает выбранные ими товары.

СЛАЙД 6. С внедрением самообслуживания место размещения товаров в торговом зале и площадь, отводимая для их выкладки, приобретают самостоятельное значение и оказывают прямое влияние на объем реализации.

При самообслуживании всю необходимую информацию о товаре покупатель получает не от продавца, а непосредственно знакомясь с выложенным товаром. Поэтому при использовании этого метода продажи особенно большое значение приобретает обзорность всех находящихся в зале товаров.

СЛАЙД 7. Размещая товары, учитывают направление движения покупательских потоков, физико-химические свойства товаров и правила товарного соседства.

Движение покупательского потока начинается от входа в торговый зал магазина и направляется чаще всего против хода часовой стрелки. Следовательно, размещать товары необходимо так, чтобы обеспечить равномерное распределение потока покупателей по всему торговому залу.

СЛАЙД 8. При размещении товаров в торговом зале их стремятся подбирать по принципу комплексного потребления, взаимозаменяемости или по назначению. Это дает возможность покупателям совершать комплексные покупки, сокращает время их пребывания в магазине.

Взаимозаменяемыми считаются товары, которые могут заменить друг друга по своим потребительским свойствам.

Группировка по назначению – это расположение рядом товаров, которые, могут удовлетворить какую – либо определенную потребность покупателя.

Каждая товарная группа получает свое определенное место, что позволяет постоянным покупателям магазина легко ориентироваться в торговом зале. Это имеет большое значение, поскольку именно постоянные покупатели, приносят наибольшую прибыль магазину.

СЛАЙД 9. При размещении за товарными группами постоянных зон размещения учитывают следующие требования:

- зона товарных групп, подготавливаемых к продаже непосредственно в магазине, должна примыкать к тем помещениям, в которых осуществляется подготовка этих товаров;

- для товарных групп, требующих длительного ознакомления с ними покупателей, выделяют зону в глубине торгового зала, где нет основных покупательских потоков;

- крупногабаритные и тяжелые товары располагают в зоне около узла расчета или близко к выходу из торгового зала;

- товары, требующие частого пополнения, размещают вблизи кладовых;

- выложенные товары должны обеспечивать свободный проход и доступ к ним покупателей;

- продовольственные товары, требующие нарезки, взвешивания и упаковки, размещают за прилавком обслуживания.

Все товары, особенно продовольственные, размещают с соблюдением правил товарного соседства. Нельзя, например, выкладывать в одном холодильном прилавке рыбу и мясные продукты.

При распределении товаров на площади торгового зала важно также создать условия для его хорошего обзора работниками магазина с тем, чтобы они могли оперативно следить за своевременным пополнением товаров.

СЛАЙД 10. Выкладка товаров в торговом зале.

При размещении товаров в торговом зале необходимо максимально использовать площади, предназначенные для выкладки товаров.

Выкладка товаров должна производиться по определенным правилам, соблюдение которых позволяет показать не только весь имеющийся ассортимент, но и каждый товар в отдельности.

При выкладке товаров в упаковке рекомендуется поместить один образец без нее или в прозрачной упаковке, чтобы покупатель имел представление о ее содержимом.

Все товары выкладывают этикетками и рисунками на упаковке в сторону, обращенную к покупателю. Запрещается выкладывать товары в загрязненной и деформированной упаковке.

СЛАЙД 11. Существует два основных способа выкладки товаров: вертикальный и горизонтальный.

СЛАЙД 12. Вертикальный способ выкладки товаров предусматривает расположение однородных товаров в несколько рядов на всех полках горки сверху вниз. Этот способ удобен тем, что обеспечивается хороший показ товаров, свободный отбор товаров покупателями любого роста, но применение его требует большой площади и поэтому он используется только в крупных магазинах или в сочетании с другими способами.

При горизонтальной выкладке определенные товары размещают вдоль по всей длине оборудования, занимая каждым товаром одну-две полки. Горизонтальный способ широко применяется для выкладки крупногабаритных товаров, а также мелких в кассетах.

На практике, чаще всего комбинируют оба эти способа, применяя элементы как горизонтальной, так и вертикальной выкладки.

СЛАЙД 13. Выкладка бывает товарная и декоративная.

Товарную выкладку используют в магазинах самообслуживания одновременно и для показа, и для отпуска товаров.

СЛАЙД 14. Декоративная выкладка товаров, например, в виде фигурных штабелей, пирамид, позволяет привлечь к ним внимание покупателей. Ее можно применять для оформления витрин, в магазинах или отделах, где продажа товаров производится через прилавки обслуживания. Но использование декоративной выкладки в магазинах самообслуживания нецелесообразно, так как покупатели неохотно разрушают сооружения из товара в виде пирамид, красиво выложенных стопок, спиралей и т.д.

СЛАЙД 15. Выкладывая товар, необходимо учитывать величину спроса на него, цену и другие характеристики.

В магазинах с универсальным ассортиментом наибольшую долю в товарообороте занимают товары повседневного и частого спроса. Поэтому их выкладка должна быть особенно удобной для покупателей и тем самым способствовать увеличению продажи. Эти товары выкладывают в большом количестве таким образом, чтобы покупатель мог легко зять их. Если позволяет, такие товары удобнее выкладывать навалом, например, в корзинах.

Товары, пользующиеся редким спросом, а также более дорогие по сравнению с аналогичными, расположенными рядом, выкладывают на верхних полках.

Дешевые товары целесообразно размещать внизу оборудования, в том числе навалом.

СЛАЙД 16.Повысить эффективность выкладки товаров позволяет и знание особенностей психологии покупателей.

Например, известно, что наибольшее внимание покупателей привлекают товары, расположенные в поле их зрения, на высоте 80-160 см. кроме того, более удобными для них зонами выбора товаров являются участки, расположенные с правой стороны по ходу движения. Поэтому здесь следует выкладывать товары устойчивого спроса, а рядом с ними товары, продажу которых хотят увеличить (например, новые товары), и товары импульсивного спроса, желание купить которые возникает у покупателя только после того, как он обратит внимание.

Двигаясь вдоль рядов оборудования, покупатели хуже замечают товары, находящиеся в начале и в конце каждого ряда. Значит, на таких полках должно быть отведено место для товаров в яркой, обращающей на себя внимание, упаковке.

Замечено, что в магазинах, имеющих насыщенную выкладку, товары реализуются лучше. Поэтому пополнение ими оборудования продавцы должны производить не только до открытия и перед закрытием магазина, но и при необходимости и в течение дня.

В последнее время в торговле часто применяется мерчандайзинговый подход. Мерчандайзинг – это комплекс мероприятий производимых в торговом зале и направленных на продвижение того или иного товара, марки, вида или упаковки.

Сейчас я предлагаю посмотреть видео сюжет «Введение в мерчандайзинг» и обратить внимание на основные принципы выкладки товаров.

СЛАЙД 17. Вопросы

После просмотра видео сюжета вам будут предложены следующие вопросы:

- по какому принципу размещаются товары?
(согласно классификации товаров – группа, подгруппа, виды, разновидности);
- какими способами выкладывают товар в магазине?
(вертикальный и горизонтальный);
- какой стороной выкладывают товар к покупателю?
(лицевой);
- что не допускается на стеллажах?
(пустое пространство);
- почему у края стеллажа выкладывают дешевые товары?
(чтобы не спугнуть покупателей);
- по какому принципу выкладываются товары высокой цены?
(по возрастающей: от низкой у края - к центру высокой);
- чем должны снабжаться товары?
(ценниками);
- что указывается на ценниках?
(наименование, производитель, цена, единица измерения).

СЛАЙД 18. (Видео)

И так, вы просмотрели видеосюжет, где подробно – на примерах было рассказано о мерчандайзинговом подходе. Скажите, пожалуйста, что вам понравилось в этом видеосюжете? (идет обсуждение, отвечают на вопросы).

4.Этап закрепления новых знаний

Закрепление нового материала предлагаю вам в форме игры.

СЛАЙДЫ 19-29

Приложения от А до Ж

5.Этап подведения итогов

В первую очередь, хочу отметить высокую активность всех обучающихся на уроке.

Во - вторых, хочу поблагодарить девушек, подготовивших презентации. Они получают дополнительные оценки «5».

Оценки «5» за урок получают обучающиеся « ____ фирмы».

Оценки «4» за урок получают обучающиеся « ____ фирмы».

Оценки «3» за урок получают обучающиеся « ____ фирмы».

СЛАЙД 30. Рефлексия

Ответьте, пожалуйста, на вопросы:

1. Что вам запомнилось на сегодняшнем уроке?
2. Что осталось непонятным?
3. Достигнуты ли цели урока, поставленные в начале урока?
4. Понравился вам урок?

7. Этап информации обучающихся о внеаудиторной самостоятельной работе

СЛАЙД 31.

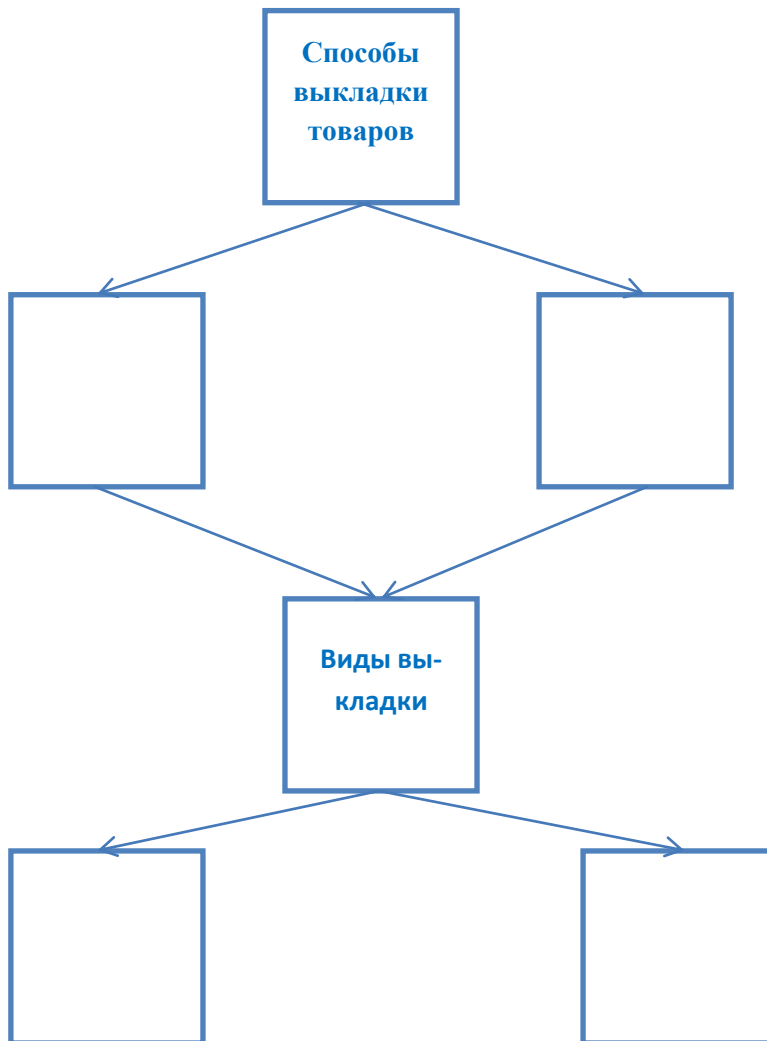
1. Работа с опорным конспектом.
2. Подготовить мини – сообщение по теме «Размещение и выкладка товаров в магазине» с приложением фотоиллюстраций.

СЛАЙД 32. Урок закончен. Всем спасибо. До свидания.

Технологическая схема

Задание: дополните схему

Максимальное количество баллов - 4



Вопрос - картинка

Задание: Подберите картинки, где показаны выкладки, применяемые в магазинах самообслуживания.

Максимальное количество баллов - 5



1



2



3



4



5



6



7



8

Словарь продавца

Задание: вставьте пропущенные слова

Максимальное количество баллов - 10

1. Товарную выкладку используют в магазинах _____ одновременно и для _____, и для _____ товаров.
2. Декоративная выкладка _____ - позволяет _____ к ним _____ покупателей.
3. Вертикальный способ выкладки товаров предусматривает расположение _____ товаров в несколько рядов на всех полках горки _____.
4. Горизонтальный способ выкладки товаров предусматривает _____ однородных товаров вдоль по всей длине оборудования, занимая каждым товаром _____.



Психологический вопрос

Задание: соотнесите количество продаж по уровням в процентах (на каком уровне товары продаются больше, а на каком меньше).

Максимальное количество баллов - 4

Соотнесите по уровням количество продаж в %: 10, 20, 30, 40	
Уровень шляпы	
Уровень глаз	
Уровень рук	
Уровень ног	

Подарок судьбы

Задание: решите проблемную ситуацию

Максимальное количество баллов – 2

Ситуация

Представитель конкурентной фирмы советует вам свои идеи по размещению товаров в торговом зале на следующих условиях:

- вы размещаете товары только по плануграмме составленной их фирмой.

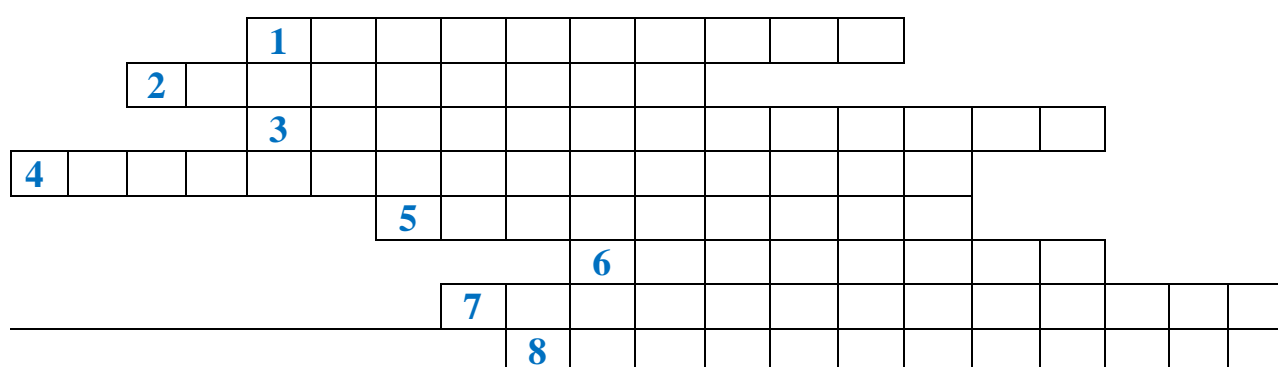
Убеждая вас, что продажи товаров увеличатся, и вы получите большую премию от руководства магазина.

Примите ли Вы предложение?

Кроссворд

Задание: отгадайте кроссворд и назовите ключевое слово

Максимальное количество баллов – 5



Вопросы:

1. Все товары выкладываются на ...
2. Кто выкладывает товар на прилавки?
3. Какой способ выкладки предусматривает расположение однородных товаров в несколько рядов на всех полках горки сверху вниз?
4. Способ выкладки определённые однородные товары размещают вдоль по всей длине оборудования, занимая каждым товаром одну – две полки.
5. Какую выкладку используют в магазинах самообслуживания одновременно и для показа и для отпуска товаров?
6. Какие товары целесообразно размещать внизу оборудования, в том числе и навалом?
7. Как называется выкладка товаров, например, в виде фигурных штабелей, пирамид, которая позволяет привлекать внимание покупателей?
8. Что понимают под распределением товаров на площади торгового зала в соответствии с планом помещения?

Оценочный лист

Бригада №1	Техноло- гическая схема	Вопрос - картинка	Словарь продавца	Психоло- гический вопрос	Подарок судьбы	Кроссворд	Итого баллов	Оценка

Максимальное количество баллов – 30

На оценку «5» - от 27 до 30 баллов

На оценку «4» - от 24 до 26 баллов

На оценку «3» - от 21 до 25 баллов

