

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»  
СРЕДНЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ**

**УТВЕРЖДАЮ**  
Зам. директора по УР  
**М.А. Малеева**  
«08» 02 2024 г.



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
ОРГАНИЗАЦИЯ И ВЕДЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ  
СПЕЦИАЛИСТА ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ**

специальность 43.02.17 Технологии индустрии красоты

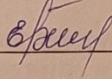
Черкесск, 2024 г.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана на основе Федерального государственного образовательного стандарта (далее - ФГОС) по специальности среднего профессионального образования (далее - СПО) 43.02.17 Технологии индустрии красоты, направление подготовки - 43.00.00 Сервис и туризм

**Организация-разработчик:**  
СПК ФГБОУ ВО «СевКавГА»

**Разработчик:**  
Лайпанова Э.М, преподаватель ФГБОУ ВО «СевКавГА»  
Джемакулова М.К-Г., преподаватель ФГБОУ ВО «СевКавГА»

Одобрена на заседании цикловой комиссии «Социально-правовые дисциплины»  
от «06» 02 2024 г. протокол № 6

Руководитель образовательной программы  Е.В. Батракова

Рекомендована методическим советом колледжа  
от «08» 02 2024 г. протокол № 3

## **СОДЕРЖАНИЕ**

- 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**
- 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

# 1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ ОП.05 ОРГАНИЗАЦИЯ И ВЕДЕНИЕ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СПЕЦИАЛИСТА ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ

## 1.1. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы:

Учебная дисциплина Организация и ведение коммерческой деятельности специалиста индустрии красоты является обязательной частью общепрофессионального цикла образовательной программы в соответствии с ФГОС СПО по специальности 43.02.17 Технологии индустрии красоты.

Особое значение дисциплина имеет при формировании и развитии ОК 01–04.

## 1.2. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины:

В рамках программы учебной дисциплины обучающимися осваиваются умения и знания

| Код ПК, ОК                       | Умения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Знания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04 | <p>Применять знания по реализации коммерческой деятельности на рабочем месте, профессиональной деятельности и организации предпринимательской деятельности, для планирования и развития собственного профессионального и личностного развития:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели по технологии SMART, рассчитывать сроки осуществления планов;</li> <li>- регистрировать юридическое лицо в государственных органах Российской Федерации;</li> <li>- определять выгодность использования различных продуктов банков для различных целей;</li> <li>- разрабатывать собственное уникальное торговое предложение;</li> <li>- анализировать эффективность специалиста индустрии красоты по ключевым показателям 12Р; - привлекать и удерживать клиентов - составлять план собственного профессионального развития</li> </ul> | <p>Понятие коммерческой деятельности Реализация коммерческой деятельности через индивидуальное предпринимательство, образование юридического лица, работа на патентной основе.</p> <p>Банковское обслуживание</p> <p>Налоги (понятие, виды налогов, налоговые вычеты).</p> <p>Ключевые показатели эффективности специалиста индустрии красоты по 12Р</p> <p>Система продаж, ценообразование, прейскурант</p> <p>Продвижение услуг специалиста индустрии красоты посредством интернет-технологий</p> |

**2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**2.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы**

| <b>Вид учебной работы</b>                                            | <b>Объем в часах</b> |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>Объем образовательной программы</b>                               | <b>110</b>           |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                        | <b>6</b>             |
| <b>Консультации</b>                                                  | <b>-</b>             |
| <b>Суммарная учебная нагрузка во взаимодействии с преподавателем</b> | <b>102</b>           |
| в том числе:                                                         |                      |
| лекции, уроки                                                        | 78                   |
| практические занятия                                                 | 24                   |
| лабораторные занятия                                                 | -                    |
| <b>Промежуточная аттестация (ДЗ)</b>                                 | <b>2</b>             |

## 2.2. Тематический план и содержание учебной дисциплины

| Наименование разделов и тем                                                 | Содержание учебного материала и формы организации деятельности обучающихся                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Объем в часах | Коды компетенций, формированию которых способствует элемент программы |
|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------------------------------------------------------|
| <b>Раздел 1. Сущность и содержание коммерческой деятельности</b>            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>22</b>     |                                                                       |
| <b>Тема 1.1. Целеполагание в коммерческой деятельности</b>                  | <b>Содержание учебного материала:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 18            | ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04                                      |
|                                                                             | Специфика рынка услуг, функции сферы услуг и классификация. Три модели потребления салонных услуг: бюджетные, демократичные, премиальные. Сущность и содержание коммерческой деятельности. Организационно-правовые формы организации коммерческой деятельности. Миссия и цель коммерческой деятельности. Использование технологии SMART при постановке целей и планирования                                                                                                                                                                            |               |                                                                       |
|                                                                             | <b>В том числе практических и лабораторных занятий:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>4</b>      |                                                                       |
|                                                                             | Применение технологии SMART при постановке целей коммерческой деятельности специалиста индустрии красоты                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 4             |                                                                       |
| <b>Раздел 2. Технологии продвижения услуг специалиста индустрии красоты</b> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>29</b>     |                                                                       |
| <b>Тема 2.1. Привлечение и удержание клиента</b>                            | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 21            | ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04                                      |
|                                                                             | Клиентоориентированность. Типы клиентов. Создание клиентской базы. Правила обслуживания клиентов. Программы поддержки и лояльности клиентов. Применение CRM-систем. Основы рекламы и пиара специалиста. Понятие – омниканальность. Выбор каналов продвижения услуг специалиста в соответствии с бизнес-моделью. Управление публичным мнением о специалисте, репутация. Развитие коммерческой деятельности специалиста индустрии красоты в соответствии с трендами и тенденциями отраслевого рынка. Повышение квалификации и освоение новых компетенций |               |                                                                       |
|                                                                             | <b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>8</b>      |                                                                       |
|                                                                             | Дифференциация стейкхолдеров, критерии сегментации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 4             |                                                                       |
|                                                                             | Составление контент-плана продвижения специалиста индустрии красоты в социальных сетях                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 4             |                                                                       |
| <b>Раздел 3. Финансовый учет в коммерческой деятельности</b>                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>22</b>     |                                                                       |
| <b>Тема 3.1.</b>                                                            | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 6             | ОК 01                                                                 |

|                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |           |                |
|---------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------|
| <b>Банковская система в РФ</b>                          | Оценка добросовестности банка. Основные характеристики финансовых продуктов. Основные характеристики банковской системы. Порядок сбора и оценки информации о банке и основных видах продуктов                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |           | ОК 02          |
| <b>Тема 3.2. Налоговая система</b>                      | <b>Содержание учебного материала</b><br>Понятие налоги. Работа налоговой системы в Российской Федерации. Пропорциональная, прогрессивная и регрессивная налоговые системы. Виды налогов для физических лиц. Использование налоговых льгот и налоговых вычетов. Основы бухгалтерского учета, финансирования и налогообложения. Документооборот: основные и электронные формы ведения документов. Понятие - виды деятельности по ОКВЭД, система налогообложения (ОСНО, УСН, ЕНВД, ПСН). Регистрация коммерческого предприятия путем подачи пакета документов, в том числе с помощью электронных ресурсов. Взаимодействия с банками Российской Федерации                                                                                                                          | 6         | ОК 01<br>ОК 02 |
| <b>Тема 3.3. Финансовые продукты банковской системы</b> | <b>Содержание учебного материала</b><br>Кредиты, виды банковских кредитов для физических и юридических лиц. Принципы кредитования (платность, срочность, возвратность). Сбор и анализ информации о кредитных продуктах. Понятие микрозайма. Уменьшение стоимости кредита. Чтение и анализ кредитного договора. Кредитная история. Кредит как часть финансового плана. Типичные ошибки при использовании кредита. Хранение, обмен и перевод денег – банковские операции для физических и юридических лиц. Виды платежных средств. Чеки, дебетовые карты, кредитные карты, электронные деньги, оплата через телефон и др. Инструменты денежного рынка. Формы дистанционного банковского обслуживания – правила безопасного поведения операций при пользовании интернет-банкингом | 6         | ОК 01<br>ОК 02 |
|                                                         | <b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>4</b>  |                |
|                                                         | Регистрация коммерческой деятельности с помощью электронных ресурсов банков «Сбербанк», «Открытие», «ВТБ»                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 2         |                |
|                                                         | Заполнение документов по расчетно-кассовой операции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2         |                |
| <b>Раздел 4. Маркетинг отраслевого рынка</b>            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>29</b> |                |
| <b>Тема 4.1.</b>                                        | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 10        | ОК 01          |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |            |                                  |
|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|----------------------------------|
| <b>Ключевые показатели эффективности работы специалиста</b>   | Маркетинг отраслевого рынка на основе ключевых показателей эффективности работы специалиста по 12 «Р» (Продукт, Прейскурант, Место (Place), Продвижение, Подтверждения, Партнерство, Публичность, Позиционирование, Упаковка (Package), Процесс, Персонал). Основные понятия: бизнес, стартап, бизнес-план, бизнес-идея, планирование рабочего времени. Бизнес-модель рабочего места специалиста индустрии красоты в качестве наемного специалиста, индивидуального предпринимателя, работающего на патентной системе налогообложения |            | ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04          |
| <b>Тема 4.2. Ценообразование на рабочем месте специалиста</b> | <b>Содержание учебного материала</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 11         | ОК 01<br>ОК 02<br>ОК 03<br>ОК 04 |
|                                                               | Товарная матрица услуг специалиста индустрии красоты в соответствии с предпочтениями потребителей. Принципы и правила создания системы продаж. Продающая среда на рабочем месте специалиста. Карты продаж оказываемых услуг. Ценообразование на рабочем месте специалиста. Оценка соответствия ценовых установок специалиста с его позиционированием на рынке и с экономическим положением потенциальных клиентов                                                                                                                     |            |                                  |
|                                                               | <b>В том числе практических и лабораторных занятий</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <b>8</b>   |                                  |
|                                                               | Разработка уникального торгового предложения (УТП)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 4          |                                  |
|                                                               | Анализ выбранной территории для реализации коммерческой деятельности специалистом индустрии красоты                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2          |                                  |
|                                                               | Политика ценообразования. Составление Прейскуранта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 2          |                                  |
| <b>Самостоятельная работа</b>                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 6          |                                  |
| <b>Промежуточная аттестация</b>                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 2          |                                  |
| <b>Всего:</b>                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | <b>110</b> |                                  |

### **3. УСЛОВИЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **3.1. Для реализации программы учебной дисциплины предусмотрены следующие специальные помещения:**

Кабинет «Организации и ведения коммерческой деятельности специалиста индустрии красоты»

Рабочие места преподавателя и обучающихся: доска меловая – 1 шт., стол ученический – 16 шт., стул ученический – 32 шт., стол – 1 шт., стул – 1 шт. Комплект учебно-методической документации, раздаточный материал, плакаты Технические средства обучения: компьютер в сборе (в подсобке); принтер; мультимедийный проектор, настенный экран, ноутбук

#### **3.2. Информационное обеспечение реализации программы**

Велединский, В.Г. Сервисная деятельность [Текст]: учебник для студ. учреждений сред. проф. образования / В.Г. Велединский. - М.: КНОРУС, 2019.- 192с.

#### 4. КОНТРОЛЬ И ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТОВ ОСВОЕНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

| Результаты обучения                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Критерии оценки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Методы оценки                                                       |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Перечень знаний, осваиваемых в рамках дисциплины:</b></p> <p>Понятие коммерческой деятельности Реализация коммерческой деятельности через индивидуальное предпринимательство, образование юридического лица, работа на патентной основе. Банковское обслуживание Налоги (понятие, виды налогов, налоговые вычеты). Ключевые показатели эффективности специалиста индустрии красоты по 12Р Система продаж, ценообразование, прейскурант Продвижение услуг специалиста индустрии красоты посредством интернеттехнологий</p>                                                                                                                                                                                                                                    | <p><b>Применять знания о</b> реализации коммерческой деятельности через индивидуальное предпринимательство, образование юридического лица, работа на патентной основе</p> <p><b>Применять знания о</b> налогах и банковском обслуживании</p> <p><b>Демонстрировать знания о</b> ключевых показателях эффективности специалиста индустрии красоты по 12Р о способах продвижения услуг специалиста посредством интернет-технологий</p>                                                                                                                                                                                            | <p>- тестовые вопросы</p> <p>- индивидуальный фронтальный опрос</p> |
| <p><b>Перечень умений, осваиваемых в рамках дисциплины:</b></p> <p>Применять знания по реализации коммерческой деятельности на рабочем месте, профессиональной деятельности и организации предпринимательской деятельности, для планирования и развития собственного профессионального и личностного развития:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ставить цели по технологии SMART, рассчитывать сроки осуществления планов.</li> <li>- регистрировать юридическое лицо в государственных органах Российской Федерации</li> <li>- определять выгодность использования различных продуктов банков для различных целей.</li> <li>- разрабатывать собственное уникальное торговое предложение</li> <li>- анализировать эффективность специалиста</li> </ul> | <p><b>Применять умения при:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- при постановке цели по технологии SMART,</li> <li>- при регистрации юридического лица в государственных органах Российской Федерации</li> <li>- при определении выгодности использования различных продуктов банков для различных целей.</li> <li>- при разработке собственного уникального торгового предложения</li> <li>- при привлечении и удержании клиентов</li> <li>при анализе эффективности специалиста индустрии красоты по ключевым показателям 12Р;</li> <li>-при составлении плана собственного профессионального развития</li> </ul> |                                                                     |

|                                                                                                                                                                                                               |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|
| <p>индустрии красоты по ключевым показателям 12Р;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- привлекать и удерживать клиентов</li> <li>- составлять план собственного профессионального развития</li> </ul> |  |  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|

---

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»**

**СРЕДНЕПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ КОЛЛЕДЖ**

**Фонд оценочных средств**

для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации образовательной  
программы

**по учебной дисциплине** Организация и ведение коммерческой деятельности специалиста  
индустрии красоты  
**для специальности** 43.02.17 Технологии индустрии красоты  
форма проведения оценочной процедуры ДЗ

**г. Черкесск, 2024 год**

## I. Общие положения

Фонд оценочных средств (ФОС) предназначены для контроля и оценки образовательных достижений обучающихся, освоивших программу учебной дисциплины «Безопасность жизнедеятельности». ФОС включают контрольные материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации в форме дифференцированного зачета. ФОС разработаны в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по специальности СПО 43.02.17 Технологии индустрии красоты и рабочей программой учебной дисциплины «Организация и ведение коммерческой деятельности специалиста индустрии красоты»

## II. Результаты освоения дисциплины, подлежащей проверке

| Предмет(ы) оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Объект(ы) оценивания                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Показатели оценки                                                        |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|
| <b>Уметь:</b><br>Применять знания по реализации коммерческой деятельности на рабочем месте, профессиональной деятельности и организации предпринимательской деятельности, для планирования и развития собственного профессионального и личностного развития:<br>- ставить цели по технологии SMART, рассчитывать сроки осуществления планов;<br>- регистрировать юридическое лицо в государственных органах Российской Федерации;<br>- определять выгодность использования различных продуктов банков для различных целей;<br>разрабатывать собственное уникальное торговое предложение;<br>- анализировать эффективность специалиста индустрии красоты по ключевым показателям 12Р;<br>- привлекать и удерживать клиентов<br>-составлять план собственного профессионального развития | Алгоритм создания цели, соответствующей SMART.<br>Планирование сроков осуществления целей по технологии SMART<br>Порядок регистрации юридических лиц в государственных органах российской федерации.<br>Поиск и выбор выгодных банковских продуктов.<br>Разработка торговых предложений.<br>Установление ключевых показателей эффективности специалиста индустрии красоты по 12Р.<br>Планирование стратегии привлечения и удерживания клиентов. | - тестовые вопросы<br>- индивидуальный фронтальный опрос<br>Вопросы к ДЗ |
| <b>Знать:</b><br>Понятие коммерческой деятельности<br>Реализация коммерческой деятельности через индивидуальное предпринимательство, образование юридического лица, работа на патентной основе.<br>Банковское обслуживание<br>Налоги (понятие, виды налогов, налоговые вычеты).<br>Ключевые показатели эффективности специалиста индустрии красоты по 12Р<br>Система продаж, ценообразование, прейскурант                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Систематизирование и изложение полученных знаний.<br>Описание алгоритма:<br>– создания индивидуального предпринимательства;<br>– образования юридического лица;<br>– работы на патентной основе;<br>Установление выгодности банковских продуктов.<br>Перечисление видов налогов и налоговых вычетов.<br>Описание системы продаж,                                                                                                                |                                                                          |

|                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                        |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Продвижение услуг специалиста<br>индустрии красоты посредством<br>интернет-технологий                                                                                                                                                                          | ценообразования и<br>прейскуранта.<br>Приведение примеров<br>продвижения услуг<br>специалиста индустрии<br>красоты посредством<br>интернет-технологий. |  |
| ОК 01 Выбирать способы решения<br>задач профессиональной деятельности<br>применительно к различным<br>контекстам                                                                                                                                               |                                                                                                                                                        |  |
| ОК 02 Использовать современные<br>средства поиска, анализа и<br>интерпретации информации, и<br>информационные технологии для<br>выполнения задач профессиональной<br>деятельности                                                                              |                                                                                                                                                        |  |
| ОК 03 Планировать и реализовывать<br>собственное профессиональное и<br>личностное развитие,<br>предпринимательскую деятельность в<br>профессиональной сфере,<br>использовать знания по правовой и<br>финансовой грамотности в различных<br>жизненных ситуациях |                                                                                                                                                        |  |
| ОК 04 Эффективно взаимодействовать<br>и работать в коллективе и команде                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                        |  |

## ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ И ФРОНТАЛЬНЫЙ ОПРОС

1. Салонный бизнес: современное состояние и перспективы развития.
2. Классификация предприятий салонного бизнеса
3. Маркетинговая политика салона красоты
4. Клиенты салона красоты: как правильно определить чего они хотят?
5. Продажи в салоне красоты. Способы увеличения продаж.
6. Инвестиции в создание нового проекта или направления.
7. Бизнес -план салона красоты
8. Оплата труда сотрудников и специалистов салона красоты
9. Установление цен на продукцию и услуги салона красоты
10. Основные направления снижения потерь в салоне красоты
11. Отбор кадров в салон красоты
12. Обучение персонала салона красоты
13. Менеджмент в салоне красоты
14. Должностные инструкции сотрудников.
15. Мотивация сотрудников салона красоты на успешную работу.
16. Создание команды в салоне красоты
17. Создание корпоративной культуры в салоне красоты
18. Администратор салона красоты
19. Реклама в салоне красоты
20. Конфликты в салоне: решение и предотвращение
21. Привлечение клиентов с помощью рекламы
22. Кризис управления в салоне красоты
23. Франчайзинг в салонном бизнесе
24. Развитие салона красоты
25. Разработка стратегии развития салона красоты

### ТЕСТИРОВАНИЕ (ОК01, ОК 02, ОК3, ОК 4)

| № п\п                       | Содержание вопроса                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Компетенция |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|--|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
| 1.                          | Услуга обладает следующими качествами:<br>1) способность к хранению и транспортировке;<br>2) неотделимость от своего источника;<br>3) неизменностью качества.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ОК 01       |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 2.                          | Рыночная цена – это цена, ...<br>1) установленная сторонами сделки<br>2) установленная налоговыми органами для идентичных товаров, работ, услуг<br>3) сложившаяся при взаимодействии спроса и предложения<br>4) стоимостью единицы товара, выраженной в деньгах                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ОК 01       |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 3.                          | Организации, приобретающие товары и услуги для использования их в процессе производства – это клиентурный рынок:<br>1) международный рынок<br>2) рынок промежуточных продавцов<br>3) рынок предприятий<br>4) рынок государственных учреждений                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ОК 01       |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 4.                          | Профессия – это комплекс специальных ..... и практических....., приобретенных человеком в результате специальной подготовки и опыта работы в данной области, которые позволяют осуществлять соответствующий вид деятельности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ОК 01       |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 5.                          | Это фирмы, которые помогают компании в продвижении, сбыте и распространении ее товаров среди клиентуры:<br>1) конкуренты<br>2) маркетинговые посредники<br>3) контактные аудитории<br>4) поставщики                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | ОК 01       |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 6.                          | <table><tr><td colspan="2">Соотнесите:</td></tr><tr><td>1. Престижная реклама</td><td>А. Этот вид рекламы осуществляется на коммерческих условиях и указывает на рекламоателя, прямо выполняя рекламную функцию по отношению к конкретному товару или конкретной фирме:</td></tr><tr><td>2. Товарная реклама</td><td>Б. Этот вид рекламы выполняет рекламную функцию не столь прямолинейно, а в завуалированной форме, не используя прямых каналов распространения рекламных средств и не указывая непосредственного рекламоателя:</td></tr><tr><td>3. Непосредственная реклама</td><td>В. Этот вид рекламы представляет собой рекламу достоинств фирмы, выгодно отличающих ее от конкурентов:</td></tr><tr><td>4. Косвенная реклама</td><td>Г. Этот вид рекламы информирует потребителя о свойствах и достоинствах товара, пробуждает интерес к нему, потребитель стремится установить контакты с продавцом и из пассивного, потенциального превращается в активного, заинтересованного в покупке:</td></tr></table> | Соотнесите: |  | 1. Престижная реклама | А. Этот вид рекламы осуществляется на коммерческих условиях и указывает на рекламоателя, прямо выполняя рекламную функцию по отношению к конкретному товару или конкретной фирме: | 2. Товарная реклама | Б. Этот вид рекламы выполняет рекламную функцию не столь прямолинейно, а в завуалированной форме, не используя прямых каналов распространения рекламных средств и не указывая непосредственного рекламоателя: | 3. Непосредственная реклама | В. Этот вид рекламы представляет собой рекламу достоинств фирмы, выгодно отличающих ее от конкурентов: | 4. Косвенная реклама | Г. Этот вид рекламы информирует потребителя о свойствах и достоинствах товара, пробуждает интерес к нему, потребитель стремится установить контакты с продавцом и из пассивного, потенциального превращается в активного, заинтересованного в покупке: | ОК 01 |
| Соотнесите:                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |             |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 1. Престижная реклама       | А. Этот вид рекламы осуществляется на коммерческих условиях и указывает на рекламоателя, прямо выполняя рекламную функцию по отношению к конкретному товару или конкретной фирме:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |             |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 2. Товарная реклама         | Б. Этот вид рекламы выполняет рекламную функцию не столь прямолинейно, а в завуалированной форме, не используя прямых каналов распространения рекламных средств и не указывая непосредственного рекламоателя:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |             |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 3. Непосредственная реклама | В. Этот вид рекламы представляет собой рекламу достоинств фирмы, выгодно отличающих ее от конкурентов:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |             |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 4. Косвенная реклама        | Г. Этот вид рекламы информирует потребителя о свойствах и достоинствах товара, пробуждает интерес к нему, потребитель стремится установить контакты с продавцом и из пассивного, потенциального превращается в активного, заинтересованного в покупке:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |             |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 7.                          | Коммерческим кредитом называется:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | ОК 01       |  |                       |                                                                                                                                                                                   |                     |                                                                                                                                                                                                               |                             |                                                                                                        |                      |                                                                                                                                                                                                                                                        |       |

|                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|----------------|--------|-----------|----------------------|------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|-------------------------------------------------------------|-----------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------------------|----------------------------|----------------------------------------------------------------|-------|
|                             | 1) Кредит, предоставляемый промышленному предприятию банком<br>2) Кредит, предоставляемый физическому лицу банком для покупки жилой недвижимости<br>3) Кредит, предоставляемый покупателю продавцом                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 8.                          | .....— это заём, предоставляемый заёмщику на условиях, предусмотренных договором займа, в сумме, не превышающей один миллион рублей                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | ОК 01   |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 9.                          | <b>Определите соответствие.</b> (У цифр левой колонки поставьте соответствующие буквы из правой) <table><tr><td>Понятия</td><td>Характеристики</td></tr><tr><td>1.Банк</td><td>А) вклады</td></tr><tr><td>2.Банковская система</td><td>Б) банковские операции по формированию прибыли банка</td></tr><tr><td>3.Центральный банк</td><td>В) эмиссионный центр страны</td></tr><tr><td>4.Депозиты</td><td>Г) операции, связанные с формированием банковского капитала</td></tr><tr><td>5.Инвестиционный банк</td><td>Д) совокупность банков страны</td></tr><tr><td>6. Пассивные операции банка</td><td>Е) посредник, привлекающий свободные денежные средства</td></tr><tr><td>7. Активные операции банка</td><td>Ж) долгосрочное кредитование под с троительство и производство</td></tr></table> | Понятия | Характеристики | 1.Банк | А) вклады | 2.Банковская система | Б) банковские операции по формированию прибыли банка | 3.Центральный банк | В) эмиссионный центр страны | 4.Депозиты | Г) операции, связанные с формированием банковского капитала | 5.Инвестиционный банк | Д) совокупность банков страны | 6. Пассивные операции банка | Е) посредник, привлекающий свободные денежные средства | 7. Активные операции банка | Ж) долгосрочное кредитование под с троительство и производство | ОК 01 |
| Понятия                     | Характеристики                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 1.Банк                      | А) вклады                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 2.Банковская система        | Б) банковские операции по формированию прибыли банка                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 3.Центральный банк          | В) эмиссионный центр страны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 4.Депозиты                  | Г) операции, связанные с формированием банковского капитала                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 5.Инвестиционный банк       | Д) совокупность банков страны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 6. Пассивные операции банка | Е) посредник, привлекающий свободные денежные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 7. Активные операции банка  | Ж) долгосрочное кредитование под с троительство и производство                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |         |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 10.                         | Структурные элементы торговой надбавки:<br>1) прибыль<br>2) НДС<br>3) издержки обращения<br>4) акциз                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ОК 01   |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 11.                         | Это совокупность сбытовых стратегий маркетинга (стратегии охвата рынка, позиционирования товара...) и комплекс мероприятий по формированию ассортимента выпускаемой продукции, ценообразованию, по формированию спроса и стимулированию сбыта, заключению договоров поставки товаров, товародвижению, транспортировке, складированию и прочим аспектам сбыта:<br>1) сбытовая политика<br>2) сбытовое поведение фирмы<br>3) стратегия продаж<br>4) нет верного варианта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ОК 02   |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 12.                         | Ценовая политика продавца зависит от:<br>1) от конкурентных преимуществ<br>2) уровня цен на ресурсы<br>3) типа рынка, на котором осуществляет свою деятельность предприятие<br>4) нет верного варианта                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ОК 02   |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 13.                         | Для исчисления НДС объем реализации учитывается по ценам:<br>1) рыночным;<br>2) договорным;<br>3) оптовым;<br>4) Фьючерсные.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ОК 02   |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 14.                         | Доходы физических лиц, подлежащие налогообложению НДФЛ<br>1) пособие по временной нетрудоспособности<br>2) оплата работодателем за счет чистой прибыли лечения своего работника<br>3) пособие по беременности и родам<br>4) негосударственная пенсия                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | ОК 02   |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |
| 15.                         | <b>Подберите к каждому пункту левой колонки соответствующий пункт</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ОК 02   |                |        |           |                      |                                                      |                    |                             |            |                                                             |                       |                               |                             |                                                        |                            |                                                                |       |

|                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                   |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
|---------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------------------------------------|-----------|--------------------------------------------------------------|----------|-----------------------------------------------------|--|
|                                       | <b>правой колонки. (У цифр поставьте соответствующие буквы):</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                   |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
|                                       | <table><tr><td>1) Ипотечный банк</td><td>А) Способность расплатиться по своим долгам</td></tr><tr><td>2) Срочность, платность, возвратность</td><td>Б) Заемные средства</td></tr><tr><td>3) Инновационный банк</td><td>В) Принципы кредитования</td></tr><tr><td>4)Платежеспособность</td><td>Г) Банк, обладающий правами на выпуск национальной денежной единицы и регулирования денежного обращения в стране</td></tr><tr><td>5) Эмиссионный</td><td>Д) Выдаёт долгосрочный кредит под залог недвижимости</td></tr><tr><td>6) Кредит</td><td>Е) Разность между процентными ставками по кредиту и депозиту</td></tr><tr><td>7) Маржа</td><td>Ж) Выдаёт кредиты под научно-технические разработки</td></tr></table> | 1) Ипотечный банк | А) Способность расплатиться по своим долгам | 2) Срочность, платность, возвратность | Б) Заемные средства | 3) Инновационный банк | В) Принципы кредитования | 4)Платежеспособность | Г) Банк, обладающий правами на выпуск национальной денежной единицы и регулирования денежного обращения в стране | 5) Эмиссионный | Д) Выдаёт долгосрочный кредит под залог недвижимости | 6) Кредит | Е) Разность между процентными ставками по кредиту и депозиту | 7) Маржа | Ж) Выдаёт кредиты под научно-технические разработки |  |
| 1) Ипотечный банк                     | А) Способность расплатиться по своим долгам                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                   |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 2) Срочность, платность, возвратность | Б) Заемные средства                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                   |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 3) Инновационный банк                 | В) Принципы кредитования                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                   |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 4)Платежеспособность                  | Г) Банк, обладающий правами на выпуск национальной денежной единицы и регулирования денежного обращения в стране                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                   |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 5) Эмиссионный                        | Д) Выдаёт долгосрочный кредит под залог недвижимости                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                   |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 6) Кредит                             | Е) Разность между процентными ставками по кредиту и депозиту                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                   |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 7) Маржа                              | Ж) Выдаёт кредиты под научно-технические разработки                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                   |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 16.                                   | Под «коммерцией» понимают:<br>1) деятельность, обеспечивающую процесс товародвижения и направленную на получение прибыли;<br>2) деятельность, направленную на получение прибыли посредством купли-продажи товаров;<br>3) деятельность, направленную на выполнение посреднических операций при осуществлении купли-продажи товаров;<br>4) деятельность, направленную на внутрискладскую переработку товаров пи осуществлении купли-продажи товаров.                                                                                                                                                                                                                                                                  | ОК 02             |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 17.                                   | Юридическое лицо:<br>1) отвечает по своим обязательствам своим имуществом;<br>2) может не иметь фирменного наименования;<br>3) имеет право предъявлять иски и выступать в суде в качестве ответчика.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ОК 02             |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 18.                                   | Для чего используется бизнес-план:<br>1) для привлечения инвестиций;<br>2) для получения кредита;<br>3) для оценки реальных возможностей;<br>4) все ответы верны                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | ОК 02             |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 19.                                   | Какой документ в финансовом плане самый важный для финансового менеджера:<br>1) план денежных потоков;<br>2) план балансов;<br>3) план прибылей и убытков;<br>4) план распределения прибыли                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ОК 02             |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 20.                                   | Налоги, являющиеся структурными элементами цены:<br>1) налог на имущество организации<br>2) акциз<br>3) транспортный налог<br>4) НДС                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ОК 02             |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |
| 21.                                   | Налоговые платежи в Налоговом Кодексе определяются как:<br>1) платежи граждан за услуги государству;<br>2) фискальные сборы за пополнение доходов бюджета;<br>3) платежи юридических лиц за право ведение предпринимательской деятельности;<br>4) правовая форма изъятия части собственности для формирования части                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ОК 03             |                                             |                                       |                     |                       |                          |                      |                                                                                                                  |                |                                                      |           |                                                              |          |                                                     |  |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                          |       |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|     | бюджета государства.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                          |       |
| 22. | К коммерческим процессам относятся...<br>1) изучение и прогнозирование спроса;<br>2) заключение договоров на поставку товаров;<br>3) рекламно – информационная работа;<br>4) хранение товаров.                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                          | ОК 03 |
| 23. | Экономическая эффективность - это:<br>1) соотношение между затратами и результатами деятельности;<br>результат от функционирования предприятия, выражаемый такими показателями, как оборот, валовый доход;<br>2) прирост показателей деятельности предприятия: оборота и его структуры, товарных запасов, валового дохода, прибыли;<br>3) соотношение между затратами по вовлеченным производственным, материальным, финансовым, трудовым ресурсам и полученными результатами. |                                                                                                                                                          | ОК 03 |
| 24. | Затраты, отнесенные к переменным, это:<br>1) стоимость сырья и материалов<br>2) цеховые расходы<br>3) амортизация оборудования<br>4) коммерческие расходы<br>5) заработная плата производственных рабочих                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                          | ОК 03 |
| 25. | Какова отличительная черта бизнес-плана:<br>1) ориентир на получение прибыльного бизнеса и снижение издержек;<br>2) долгосрочность планирования, ориентация на стратегическое развитие и стратегию;<br>3) краткосрочность плана;<br>4) сводный характер бизнес-плана (связь сфер: от производственно-технической до маркетинго-сбытовой, их взаимное влияние и влияние на результирующие показатели).                                                                          |                                                                                                                                                          | ОК 03 |
| 26. | Сопоставьте:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                          | ОК 03 |
|     | 1.Деловая карьера – это:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | А. Становление работника как профессионала, квалифицированного специалиста по своему делу, которое происходит в течение всего его трудовой жизни         |       |
|     | 2.Профессиональная карьера – это:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Б. Систематический процесс формирования у работников предприятия теоретических знаний, умений и практических навыков, необходимых для выполнения работы  |       |
|     | 3.Профессиональная учеба – это:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | В. Перемещение работника по степеням служебной лестницы или последовательное изменение занятий как в рамках одной организации, так и на протяжении жизни |       |
| 27. | 1. Налоговая база – это ...<br>1) операции по реализации товаров, работ, услуг<br>2) цена товаров, работ, услуг, предназначенных для реализации<br>3) стоимостная, физическая или иная характеристика объекта налогообложения<br>4) операция по приобретению товаров, работ, услуг                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                          | ОК 03 |
| 28. | Стратегия низких цен успешна, если:<br>1) жизненный цикл товара значителен                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                          | ОК 03 |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |       |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|     | 2) емкость рынка товара большая<br>3) финансовое положение фирмы неустойчивое<br>4) жизненный цикл товара незначителен<br>5) спрос на товар эластичен                                                                                                                                                                                                                                                                        |       |
| 29. | При работе с возражениями клиента, лучше всего использовать:<br>1) Уточняющие вопросы<br>2) Ситуационные вопросы<br>3) Личный дар убеждения<br>4) Все перечисленное                                                                                                                                                                                                                                                          | ОК 03 |
| 30. | Это всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей:<br>1) бизнес-план<br>2) стратегия<br>3) тактика<br>4) оперативный план                                                                                                                                                                                                                 | ОК 03 |
| 31. | Государственное регулирование цен на товары.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | ОК 04 |
| 32. | Ссудный процент – это:<br>1) долг заемщика кредитору;<br>2) сумма кредита, которую заемщик обязан вернуть кредитору;<br>3) плата за кредит;<br>4) прибыль банка.                                                                                                                                                                                                                                                             | ОК 04 |
| 33. | Это убеждающее средство информации о товаре или фирме (предприятии), коммерческая пропаганда потребительских свойств товара и достоинств деятельности фирмы, готовящая активного и потенциального покупателя к покупке:<br>1) СМИ<br>2) ФОСТИС<br>3) ярмарка<br>4) реклама                                                                                                                                                   | ОК 04 |
| 34. | Получение услуги без личного взаимодействия с исполнителем услуги называют:<br>1) бесконтактным;<br>2) формальным;<br>3) бесплатным.                                                                                                                                                                                                                                                                                         | ОК 04 |
| 35. | Портрет целевой аудитории салона красоты - это люди, которым.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | ОК 04 |
| 36. | Обслуживание клиентов должно выполняться с соблюдением правил .....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | ОК 04 |
| 37. | Квалификация работника – это:<br>1) уровень профессиональной подготовки работника, наличие специальных знаний, умений и навыков для выполнения определенной работы<br>2) определенный вид трудовой деятельности, которой владеет работник<br>3) уровень практических навыков и умений работника<br>4) специальные знания, умения и навыки работника для выполнения определенной работы на должности                          | ОК 04 |
| 38. | Повышение квалификации – это:<br>1) получение нового специального образования, которое предопределено потребностями научно-технического прогресса и социального развития<br>2) учеба, которая направлена на развитие, совершенствование знаний, умений и навыков в конкретной сфере деятельности<br>3) получение нового специального образования, совершенствования знаний, умений и навыков в конкретной сфере деятельности | ОК 04 |

|     |                                                                                                                                                                                                                                                                         |       |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|
|     | 4) учеба, которая направлена на развитие личностных социально-психологических качеств работника                                                                                                                                                                         |       |
| 39. | Совокупность людей, объединенных общей целью и деятельностью, единством интересов, взаимной ответственностью каждого, отношениями сотрудничества и взаимопомощи – это.....                                                                                              | ОК 04 |
| 40. | Основные этапы продаж это:<br>1) Знакомство, выявление потребностей, заключение сделки<br>2) Знакомство, выявление потребностей, презентация, работа с возражениями, заключение сделки<br>3) Презентация, работа с возражениями, оформление сделки, аналитическая работ | ОК 04 |

#### Вопросы к ДЗ:

- 1.Салонный бизнес: современное состояние и перспективы развития.
2. Классификация предприятий салонного бизнеса
3. Маркетинговая политика салона красоты
4. Клиенты салона красоты: как правильно определить чего они хотят?
5. Продажи в салоне красоты. Способы увеличения продаж.
6. Инвестиции в создание нового проекта или направления.
7. Бизнес -план салона красоты
8. Оплата труда сотрудников и специалистов салона красоты
9. Установление цен на продукцию и услуги салона красоты
10. Основные направления снижения потерь в салоне красоты
11. Отбор кадров в салон красоты
12. Обучение персонала салона красоты
13. Менеджмент в салоне красоты
14. Должностные инструкции сотрудников.
15. Мотивация сотрудников салона красоты на успешную работу.
16. Создание команды в салоне красоты
17. Создание корпоративной культуры в салоне красоты
18. Администратор салона красоты
19. Реклама в салоне красоты
20. Конфликты в салоне: решение и предотвращение
21. Привлечение клиентов с помощью рекламы
22. Кризис управления в салоне красоты
23. Франчайзинг в салонном бизнесе
24. Развитие салона красоты
25. Разработка стратегии развития салона красоты

#### III. Описание организации оценивания и правил определения результатов оценивания.

Уровень подготовки обучающихся по учебной дисциплине оценивается в баллах: «5» («отлично»), «4» («хорошо»), «3» («удовлетворительно»), «2» («неудовлетворительно»).

Оценка «отлично» - обучающийся показывает полные и глубокие знания программного материала, логично и аргументировано отвечает на поставленный вопрос, а также дополнительные вопросы, показывает высокий уровень теоретических знаний. Практическую часть выполняет на 100%.

Оценка «хорошо» - обучающийся показывает глубокие знания программного материала, грамотно его излагает, достаточно полно отвечает на поставленный вопрос и дополнительные вопросы, умело формулирует выводы. В тоже время при ответе допускает несущественные погрешности. Практическую часть выполняет на 90%-80%.

Оценка «удовлетворительно» - обучающийся показывает достаточные, но не глубокие знания программного материала; при ответе не допускает грубых ошибок или противоречий, однако в формулировании ответа отсутствует должная связь между

анализом, аргументацией и выводами. Для получения правильного ответа требуется уточняющие вопросы. Практическую часть выполняет на 70%-60%.

Оценка «неудовлетворительно» - обучающийся показывает недостаточные знания программного материала, не способен аргументировано и последовательно его излагать, допускаются грубые ошибки в ответах, неправильно отвечает на поставленный вопрос или затрудняется с ответом. Практическую часть выполняет на менее 50%.

*Дифференцированный зачет* проводится в период экзаменационной сессии, установленной календарным учебным графиком, в результате которого преподавателем выставляется итоговая оценка в соответствии с правилами определения результатов оценивания.