



РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ
МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА
МИНИСТЪР

ЗАПОВЕД

№ РД 09 - 941/01.06.2009 г.

На основание чл. 36, ал. 2 от Закона за професионалното образование и обучение, във връзка с чл. 42, ал. 1 и ал. 2 от Наредба № 3 от 15.04.2003 г. за системата на оценяване, при спазване изискванията на чл. 66, ал. 1 и ал. 2 от Административнопроцесуалния кодекс и във връзка с организирането и провеждането на държавните изпити за придобиване степен на професионална квалификация за професията

УТВЪРЖДАВАМ

Национална изпитна програма за провеждане на държавни изпити за придобиване на трета степен на професионална квалификация за професия **код 345010 Икономист-менеджър**, специалност **код 3450102 Търговия** от професионално **направление код 345 Стопанско управление и администрация**, от Списъка на професиите за професионално образование и обучение по чл. 6 от Закона за професионалното образование и обучение - билингвален проект за интензивно изучаване на френски език в професионалните училища.

Контрол по изпълнението на заповедта възлагам на Кирчо Атанасов – заместник-министър.

ДАНИЕЛ ВЪЛЧЕВ
ЗАМЕСТИК МИНИСТЪР-ПРЕДСЕДАТЕЛ И
МИНИСТЪР НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА

НАЦИОНАЛНА ИЗПИТНА ПРОГРАМА

**ЗА ПРОВЕЖДАНЕ НА ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ЗА ПРИДОБИВАНЕ
НА ТРЕТА СТЕПЕН НА ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ**

**БИЛИНГВАЛЕН ПРОЕКТ
ЗА ИНТЕНЗИВНО ИЗУЧАВАНЕ НА ФРЕНСКИ ЕЗИК
В ПРОФЕСИОНАЛНИТЕ УЧИЛИЩА**

	Код по СППОО	Наименование
Професионално направление	345	Стопанско управление и администрация
Професия	345010	Икономист-мениджър
Специалност	3450102	Търговия

Утвърдена със Заповед № РД 09 - 941/01.06.2009 г.

София, 2009 година

I. ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ И ЦЕЛ НА НАЦИОНАЛНАТА ИЗПИТНА ПРОГРАМА

Националната изпитна програма е предназначена за организиране и провеждане на държавните изпити по теория и по практика на професията и специалността за придобиване на **трета** степен на професионална квалификация по професията **345010 Икономист-мениджър**, специалност **3450102 Търговия**, от Списъка на професиите за професионално образование и обучение по чл. 6 от Закона за професионалното образование и обучение.

Целта на настоящата национална изпитна програма е да определи единни критерии за оценка на професионалните компетентности на обучаваните, изискващи се за придобиване на **трета** степен на професионална квалификация по изучаваната професия и специалност.

Националната изпитна програма е разработена във връзка с чл. 36 от Закона за професионалното образование и обучение (ЗПОО) в съответствие с Държавното образователно изискване за придобиване на квалификация (Наредба № 4 от 4 декември 2006 г., обн. ДВ., бр.10 /2007 г., за придобиване на квалификация по професия **Икономист-мениджър**).

Държавните изпити по теория и по практика на професията и специалността се провеждат в съответствие с изискванията на ЗПОО и Наредба № 3 от 15.04.2003 г. за системата на оценяване.

II. СЪДЪРЖАНИЕ НА НАЦИОНАЛНАТА ИЗПИТНА ПРОГРАМА

Настоящата национална изпитна програма съдържа:

- 1. За държавния изпит по теория на професията и специалността:**
 - а. Изпитните теми с план-тезиса на учебното съдържание.
 - б. Критерии за оценяване.

- 2. За държавния изпит по практика на професията и специалността:**
 - а. Указания за съдържанието на индивидуалните практически задания.
 - б. Критерии за оценяване.

- 3. Система за оценяване.**

- 4. Препоръчителна литература.**

- 5. Приложения:**
 - а. Примерен изпитен билет за държавния изпит по теория на професията и специалността.
 - б. Примерно индивидуално практическо задание.

III. ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ТЕОРИЯ НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА

1. Изпитни теми с план-тезис на учебното съдържание.

THEME 1: PERCEPTION D'UNE OFFRE

Plan: Le consommateur et les prix – la connaissance des prix, la sensibilité du consommateur par rapport au prix. La relation Prix – Qualité.

Epreuve pratique/casus:

A partir de votre expérience expliquez et analysez les circonstances d'achat de 2 produits que vous avez effectué. Pour le premier produit vous connaissez mal les prix. Pour le deuxième produit vous connaissez bien les prix.

ТЕМА 1: ВЪЗПРИЕМАНЕ НА ПРЕДЛАГАНЕТО

План-тезис: Консуматорът и цените – познаване на цените, чувствителност на консуматора по отношение на цените. Отношение цени – качество.

Практическо задание/казус:

Изхождайки от вашия опит, обяснете и анализирайте обстоятелствата при извършена от вас покупка на два продукта. В първия случай вие познавате добре цените. Във втория случай вие не познавате добре цените.

Дидактически материали: Справочници, публикации, брошури, каталози.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира и назовава цените и тяхното многообразие.	15
2. Разбира и описва връзката между цените и консуматора. Описва и анализира връзката между цените и качеството на продуктите и услугите.	20
3. Доказва с конкретни примери връзката консуматор-цени-качество на стоки или услуги.	5
4. Анализира връзката между консуматор-цени-качество на стоките и услугите.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 2: LES FACTEURS DE FIXATION DES PRIX

Plan: Les objectifs de l'entreprise. La réaction de la demande. La relation Elasticité – Prix. Les contraintes de l'offre – les coûts, la concurrence, les contraintes réglementaires.

Epreuve pratique/casus:

A partir de votre expérience expliquez quels sont les facteurs de fixation des prix de 2 produits de votre choix.

ТЕМА 2: ФАКТОРИ ЗА ФИКСИРАНЕ НА ЦЕНИТЕ

План-тезис: Цели на предприятието. Реакция на търсенето. Връзка еластичност – цени. Спирачки на предлагането – цени, конкуренция, нормативни спирачки.

Практическо задание/казус:

Изхождайки от вашия опит обяснете кои са факторите за фиксиране на цените на два продукта по ваш избор.

Дидактически материали: Работна таблица

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира основни понятия, свързани с целите на предприятието, реакцията на търсенето, връзката еластичност-цени, спирачките на предлагането.	15
2. Описва връзката еластичност - цени, спирачките на предлагането, реакцията на търсенето.	20
3. Използва примери и данни относно факторите за фиксирането на цените.	5
4. Анализира данни и примери за факторите за фиксиране на цените на стоки и услуги и съумява да представи в табличен вид систематизирана информация.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 3: LA COMMUNICATION COMMERCIALE

Plan: Les objectifs de la communication commerciale. La stratégie de communication – la problématique, la cible, les contraintes.

Epreuve pratique/casus:

A partir de la publicité retrouvez les objectifs de communication et les objectifs commerciaux. Expliquez les aspects du message, effectuez diagnostic de la situation, la problématique, la stratégie, les contraintes.

ТЕМА 3: ТЪРГОВСКА КОМУНИКАЦИЯ

План-тезис: Цели на търговската комуникация. Стратегия на комуникацията – проблематика, целева група, спирачки.

Практическо задание/казус:

Разгледайте рекламата и посочете целите на комуникацията и търговските цели. Обяснете аспектите на рекламното съобщение. Направете диагностика на ситуацията, на проблематиката, на стратегията, на спирачките.

Дидактически материали: Реклама на стоки или услуги във вестници или списания.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира и назовава целите на търговската комуникация и спирачките на търговската комуникация.	15
2. Разбира, описва и обяснява стратегията на търговската комуникация.	20
3. Доказва с конкретни примери връзката между цели и стратегия на комуникацията.	5
4. Анализира рекламата и диагностицира ситуацията, стратегията и спирачките.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език	10
Общ брой точки	60

THEME 4: LA COMMUNICATION PAR LE PRODUIT. COMMUNICATION DE MASSE. LES RELATIONS PUBLIQUES

Plan: La publicité – les objectifs, les moyens. Le parrainage. Le mécénat. L'événementiel. La communication par le produit.

Epreuve pratique/casus:

A partir d'une étiquette ou des informations sur un emballage de produit analysez la communication.

ТЕМА 4: КОМУНИКАЦИЯ ЧРЕЗ ПРОДУКТА. МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ. ОБЩЕСТВЕНИ ВРЪЗКИ

План-тезис: Реклама – цели, средства. Спонсорство. Мecenатство. Събитийност. Комуникация чрез продукта.

Практическо задание/казус:

Разгледайте етикета на един продукт или информацията върху амбалажа на продукта и анализирайте комуникацията.

Дидактически материали: Етикети на продукти и/или амбалаж на продукти.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира и назовава понятията реклама, промоция, спонсорство, мecenатство, събитийност.	15
2. Разбира, описва и обяснява протичането на промоция, спонсорство. Описва и обяснява с примери спонсорство, мecenатство и събитийност.	20
3. Доказва с конкретни примери информации, свързани с определени продукти.	5
4. Анализира комуникацията, извлечена от конкретните примери върху етикет и/или амбалаж	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език	10
Общ брой точки	60

THEME 5: CONTRÔLER L'ACTION MERCATIQUE

Plan: Processus de contrôle – objectifs, action, mesure. Indicateurs quantitatifs – niveau d'activité, marges, coûts, parts de marché, productivité. Indicateurs qualitatifs - image de marque, positionnement, notoriété.

Epreuve pratique/casus :

A partir de votre expérience donnez des exemples de produits et de services chez lesquels on a effectué un contrôle sur l'activité mercatique. Quels sont les organes réalisant le contrôle et quelles sont les conséquences du contrôle exercé. Justifiez votre réponse.

ТЕМА 5: КОНТРОЛИРАНЕ НА МАРКЕТИНГОВАТА ДЕЙНОСТ

План-тезис: Процесът на контрол – цели, действие, измерване. Количествени показатели – ниво на активност, марж, цени, пазарен дял, производителност. Качествени показатели – имидж на марката, позициониране, известност.

Практическа задача/ казус:

Изхождайки от вашите наблюдения, дайте пример за продукти и услуги, при които е бил осъществен контрол върху маркетинговата дейност. Кои са органите, извършващи контрола, и какви са последиците от извършения контрол. Аргументирайте отговора си.

Дидактически материали: Статистически данни, публикации, наблюдения.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира процеса на контрол върху маркетинговата дейност, количествените и качествените показатели за измерване на контрола.	15
2. Разбира, описва и обяснява протичането на контролирането върху маркетинговата дейност, разбира и обяснява количествените и качествените показатели.	20
3. Доказва с конкретни примери извършването на контрол върху маркетинговата дейност.	5
4. Аргументира и анализира данните за извършен контрол върху маркетинговата дейност.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 6: LE RESEAU DE DISTRIBUTION

Plan: Structure générale de la distribution – le commerce de gros, le commerce de détail, les centrales d’achat, la vente à distance. Les groupements d’achats – les groupements d’achat, les chaînes volontaires, les chaînes intégrées, la franchise. Les acteurs de réseau. Le management des réseaux. L’étendue des reseaux.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et repondez aux questions:

1. Quelle est l’organisation du réseau Optic 2000?
2. Comment Philip Viot manage-t-il son groupement?

ТЕМА 6: ДИСТРИБУТОРСКА МРЕЖА

План-тезис: Обща структура на дистрибуцията – търговия на едро, търговия на дребно, център за покупки, продажби от дистанция. Обединения за покупки – объединения за покупки, доброволни канали, интегрирани канали, франчайз. Участници в дистрибуторската мрежа. Мениджмънт на мрежите. Обхват на дистрибуторските мрежи.

Практическо задание/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Каква е организацията на мрежата в Optic 2000?
2. Как Филип Виот ръководи своето объединение?

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с дистрибуцията. (Например текст от «Управление и организация на търговията», стр. 90). По предложение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятията търговия на едро, търговия на дребно, продажби от дистанция, объединения за покупки, участници в дистрибуторските мрежи, обхват и мениджмънт на мрежите	15
2. Разбира, описва и обяснява особеностите на структурите за дистрибуция, особеностите на мрежите, техния обхват и участници	20
3. Сравнява видовете структури и объединения за покупки.	5
4. Анализира и аргументира информацията относно организацията и ръководството на определено предприятие	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език	10
Общ брой точки	60

THEME 7: LES UNITES COMMERCIALES

Plan: L'agencement de l'unité commerciale – les objectifs, l'organisation de la surface de ventes, les facteurs d'environnement. Le comportement du client – les grands principes du comportement d'achat du client, les stimuli de la vente, la démarche de fidélisation.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et tirez les 4-5 idées essentielles qui vont vous permettre d'argumenter vos propositions.

ТЕМА 7: ТЪРГОВСКИ ЕДИНИЦИ

План-тезис: Сформиране на търговска единица – цели, организация на пространството за продажби, фактори от обкръжаващата среда. Поведение на клиента – главни принципи на поведението на клиента при покупка, стимули при продажбата, действие за превръщането на клиента във верен.

Практическо задание/казус

Прочетете текста и извлекете 4-5 основни идеи, които ще ви позволят да аргументирате вашите предложения.

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с търговските единици. (Например текст от "Управление и организация на търговията", стр. 100). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятията търговска единица и поведение на клиента	15
2. Разбира, описва и обяснява целите и организацията на търговската единица и обкръжаващата я среда. Описва и обяснява принципите на поведението на клиента и стимулите за продажба.	20
3. Доказва ролята на организация на пространството за продажби, стимулите при организация на продажбите и начините за превръщането на клиента във верен на определен продукт или услуга.	5
4. Анализира предоставена информация и извлича аргументирани изводи	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език	10
Общ брой точки	60

THEME 8: L'OFFRE COMMERCIALE

Plan: Le merchandisage – les moyens de merchandisage, la mise en oeuvre du merchandisage. La promotion – les techniques, le déroulement de la promotion.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et analysez le déroulement de la campagne promotionnelle.

ТЕМА 8: ТЪРГОВСКО ПРЕДЛАГАНЕ

План-тезис: Марчъндайзинг – средства на марчъндайзинга, изработване на марчъндайзинга. Промоция – техники, провеждане на промоция.

Практическо задание/казус

Прочетете текста и анализирайте провеждането на промоционалната кампания.

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с търговското предлагане. (Например текст от "Управление и организация на търговията", стр. 111). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятието търговско предлагане и понятията, свързани с него – марчъндайзинг и промоция.	15
2. Разбира, описва и обяснява средствата и изработването на марчъндайзинга, техниките и провеждането на промоцията.	20
3. Описва провеждането на промоционалната кампания от предоставения документ.	5
4. Анализира предоставената информация относно провеждането на промоционална кампания.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 9: L'EQUIPE COMMERCIALE

Plan: Structure générale de la force de vente – l'équipe commerciale du point de vente, les vendeurs itinérants. Les missions de la force de vente – la force de vente interne et externe.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Comment se structure la force de vente chez Pernod Ricard?
2. Quels sont les profils exigés par cette entreprise?

ТЕМА 9: ТЪРГОВСКИ ЕКИП

План-тезис: Обща структура на търговския екип - търговски екип на мястото за продажба, търговци, посещаващи домовете на клиентите. Мисии на вътрешните и външните участници в търговския екип.

Практическо задание/казус

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Каква е структурата на търговския екип при Pernod Ricar?
2. Какви са профилите, изисквани от това предприятие?

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с търговския екип. (Например текст от «Управление и организация на търговията», стр. 118). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятието търговски екип и видове търговци.	15
2. Разбира, описва и обяснява структурата и особеностите на търговския екип на мястото на продажбата и на търговците, посещаващи домовете на клиентите. Описва и характеризира мисиите на участниците в търговските екипи.	20
3. Описва структурата на търговския екип от предоставената му информация.	5
4. Анализира предоставената информация относно профилите на участниците в търговския екип на конкретно предприятие.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 10: LES METIERS COMMERCIAUX

Plan: Les métiers commerciaux – les métiers de la fonction commerciale - vente, les métiers de la fonction marketing. Les métiers dans les unités commerciales – les métiers de direction, d'encadrement, les métiers opérationnels.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Caractérissez les missions des différents métiers.
2. Dites chaque fois s'il s'agit de métiers de la fonction commerciale - vente ou du marketing.

ТЕМА 10: ТЪРГОВСКИ ПРОФЕСИИ

План-тезис: Търговски професии – търговските професии като търговска функция на продажбата. Търговските професии като функция на маркетинга. Професиите в търговските единици – ръководни длъжности, длъжности, занимаващи се с кадрите, оперативни длъжности.

Практическо задание/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Характеризирайте мисиите на различните професии.
2. Обяснете за всяка професия дали се касае за търговската функция продажба или за маркетингова функция.

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с търговските професии. (Например текст от “Управление и организация на търговията”, стр 125). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятието търговска професия и разнообразието на професиите в търговските единици.	15
2. Разбира, описва и обяснява търговските професии като функция на продажбата и маркетинга. Сравнява видовете търговски професии.	20
3. Описва мисиите на търговските професии.	5
4. Анализира предоставена информация относно връзката между търговска професия и функциите продажба и маркетинг. Аргументира отговора си.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 11: LA COHERENCE DE LA STRATEGIE DE DISTRIBUTION

Plan: Les stratégie commerciale – de la politique générale à la stratégie commerciale. Les outils et la réflexion – les outils, l'approche en terme de cycle de vie, Boston Consulting Group, la segmentation stratégique

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Quels sont les objectifs généraux et commerciaux de cette entreprise?
2. Quelle est la stratégie mise en oeuvre pour parvenir à atteindre les objectifs?

ТЕМА 11: ПОСЛЕДОВАТЕЛНОСТ И ЕФЕКТИВНОСТ НА ДИСТРИБУЦИЯТА

План-тезис: Търговската стратегия – от общата политика към търговската стратегия. Средствата на дистрибуторската стратегия и нейното отражение – средства, връзки с термина „жизнен цикъл”, връзки с термина „Boston Consulting Group”, стратегическо сегментиране.

Практическо задание/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Кой са главните цели и търговските цели на това предприятие?
2. Коя е стратегията, която се изработва и прилага за постигане на целите?

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с дистрибуцията. (Например текст от “Управление и организация на търговията”, стр. 140). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятието търговска стратегия, средствата за дистрибуторската стратегия.	15
2. Разбира, описва и обяснява особеностите на търговската стратегия, нейното отражение и връзката със сегментирането, жизнен цикъл, VCG.	20
3. Описва главните и търговските цели на конкретно предприятие в провеждането на промоционалната кампания от предоставения документ.	5
4. Анализира предоставената информация относно стратегията на предприятие за постигане на конкретни цели.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 12: LA LOGISTIQUE COMMERCIALE

Plan: Definition et moyens, les achats, les activités logistiques, les couts logistiques. La chaîne d’approvisionnement. La gestion des flux de produits – le code barre, les étapes de cette gestion.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Prenez l’exemple du circuit d’un produit afin d’expliquer son “trajet” au sein de la logistique d’Intermarché.
2. Quels sont les rôles de ce système logistique?

ТЕМА 12: ТЪРГОВСКА ЛОГИСТИКА

План-тезис: Дефиниция и средства, покупки, логистични действия, логистични цени. Верига на доставките. Управление на продуктовете потоци – бар-код, етапи на това управление.

Практическо задание/казус

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Вземете пример от движението на един продукт и обяснете неговия път в системата на логистика на Intermarche.
2. Кой са ролите на тази система на логистика?

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с търговската логистика. (Например текст от “Управление и организация на търговията”, стр. 152). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятието търговска логистика, верига на доставките, продуктови потоци.	15
2. Разбира, описва и обяснява логистичните цени и логистичните действия. Обяснява етапите от веригата на доставките и етапите на управлението на продуктовите потоци.	20
3. Описва движението на определен продукт в системата на логистика.	5
4. Анализира предоставената информация относно ролята на конкретна система на логистика.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 13: DIRIGER ET CONTROLER L'ORGANISATION. LE SYSTEME D'INFORMATION. LA PRISE DE DECISION

Plan: Les indicateurs de la performance financière et technique – la rentabilité, la productivité, la qualité, les coûts. Les indicateurs de la performance sociétale – les indicateurs sociétaux, d'environnementaux, le jugement des clients, des fournisseurs. Le système d'information. La notion de décision. La prise de décision. Le processus de décision. Les différents niveaux de décisions – les différents niveaux, les facteurs. Les rôles de l'équipe dirigeants.

Epreuve pratique/casus:

Observez le document et répondez aux questions:

1. Précisez la place du système d'information dans la prise de décision.
2. Déterminez l'importance du contrôle et de la remontée d'informations.

ТЕМА 13: РЪКОВОДЕНЕ И КОНТРОЛИРАНЕ НА ОРГАНИЗАЦИЯТА ИНФОРМАЦИОННА СИСТЕМА. ВЗЕМАНЕ НА РЕШЕНИЕ

План-тезис: Показатели за финансовите и техническите постижения на организацията – рентабилност, производителност, качество, цени. Показатели за обществените постижения – социални показатели, показатели, засягащи обкръжаващата среда. Оценка на клиентите и доставчиците. Информационна система. Понятие за решение. Вземане на решение. Процес на вземане на решение. Различни нива на вземане на решение – различни нива, фактори. Ролята на ръководния екип.

Практическо задание/казус

1. Прецизирайте мястото на информационната система при вземането на решение.
2. Определете значението и важността на контрола и обратния път на информацията.

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с информацията, контрола и вземането на решение. (Например текст от “Мениджмънт на организациите”, стр 115). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира видовете показатели за постиженията на организацията. Дефинира понятието информационна система, вземане на решение, нивата на вземане на решение, факторите, влияещи върху вземането на решение.	15
2. Обяснява значението на контролирането на организацията. Разбира, описва и обяснява показателите, характеризиращи постиженията на организацията. Обяснява значението и важността на оценката на клиентите и доставчиците. Обяснява етапите на вземане на решение. Анализира и сравнява факторите, влияещи върху вземането на решение. Обяснява ролята на ръководния екип.	20
3. Прецизира мястото на информационната система при вземането на решение.	5
4. Анализира предоставената информация относно значението на контрола при ръководството на организацията, описва и характеризира обратния път на информацията.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 14: LA DIVERSITE DES DIRIGEANTS ET DES STYLES DE DIRECTION

Plan: La problématique des pouvoirs. La légitimité. La décentralisation. Les styles de direction – les styles classiques, les styles “émergents”. Le dirigeant – apporteur de capital, le dirigeant à très haut potentiel. Les qualités d’un manager.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Expliquez le profil de l’entrepreneur.
2. A votre avis le profil d’entrepreneur se diffère-t-il selon le domaine d’activité de l’entreprise?

ТЕМА 14: МНОГООБРАЗИЕ НА РЪКОВОДНИТЕ КАДРИ И СТИЛОВЕ НА РЪКОВОДЕНЕ

План-тезис: Проблемът за правомощията. Законност. Децентрализация. Стиллове на ръководене – класически стиллове, по-нови и модерни стиллове. Ръководещият – вносител на капитал, управляващ с много голям потенциал. Качества на мениджъра.

Практическо задание/казус

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Обяснете профила на предприемача.
2. Според вас профилът на предприемача различава ли се в зависимост от сферата на дейност на предприятието.

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с предприемачеството и ръководството на организацията. (Например текст от “Мениджмънт на организациите”, стр. 127). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятията правомощия, законност, стил на ръководство, мениджър.	15
2. Разбира, описва и обяснява видовете стил на ръководство и ги сравнява. Описва и обяснява качествата на мениджъра.	20
3. Описва и обяснява профила на предприемача.	5
4. Анализира предоставената информация относно връзката между профила на предприемача и сферата на дейност на предприятието.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 15: LE DIAGNOSTIC STRATEGIQUE

Plan: Les étapes du processus stratégique. Les étapes de la démarche stratégique. Le diagnostic – interne et externe.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Caractériser la SNCM.
2. Repérez les forces et les faiblesses de l'organisation.

ТЕМА 15: СТРАТЕГИЧЕСКО ДИАГНОСТИЦИРАНЕ

План-тезис: Етапи на стратегическия процес. Етапи на стратегическите действия. Диагностицирането – вътрешно и външно.

Практическо задание/казус

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Характеризирайте SNCM.
2. Набележете силните и слабите страни на тази организация.

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с диагностицирането. (Например текст от “Мениджмънт на организациите”, стр. 151). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятията стратегическо диагностициране, стратегически действия, стратегически процес.	15
2. Разбира, описва и обяснява видовете диагностициране (вътрешно и външно), етапите на стратегическия процес и етапите на стратегическите действия.	20
3. Дава примери за стратегическо диагностициране. Характеризира предприятие	5
4. Анализира предоставената информация и набелязва силните и слабите страни на определена организация.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 16: LA CONSTRUCTION DE L'AVANTAGE CONCURRENTIEL DANS L'ENTREPRISE

Plan: La notion avantage. La recherche d'un avantage. Les types d'avantages – concurrentiel, technologique, produits, marchés. La chaîne de valeurs. L'objectif recherché, la qualité.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Déterminez l'avantage concurrentiel recherché par l'entreprise.
2. Presentez les raisons qui ont incité les managers à choisir ce couple marché-produit.

ТЕМА 16: СЪЗДАВАНЕ НА КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО В ПРЕДПРИЯТИЕТО

План-тезис: Понятие за предимство. Търсене на предимството. Типове на предимството – конкурентно, технологично, продуктово, пазарно. Верига на ценностите. Преследвана цел. Качество.

Практическо задание/казус

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Определете конкурентното предимство, търсено от предприятието.
2. Представете причините, подтикнали мениджърите да изберат тази двойка пазар-продукт.

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с конкурентното предимство. (Например текст от “Мениджмънт на организациите”, стр. 161). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятието предимство и типовете предимство. Дефинира ценностите. Дефинира цели и качество	15
2. Разбира, описва и обяснява типовете предимство и ги сравнява. Обяснява как се извършва търсенето на предимство. Разбира и обяснява веригата на ценностите. Описва преследваната цел.	20
3. Дава примери за видовете предимства. Определя конкурентното предимство	5
4. Анализира предоставената информация и определя причините, подтикнали предприятието към избора на определена двойка продукт-пазар	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език	10
Общ брой точки	60

THEME 17: LE CHOIX D'UNE STRATEGIE POUR DEVELOPPER L'AVANTAGE CONCURRENTIEL

Plan: La spécialisation. La diversification. La domination par les coûts. La différenciation. Croissance interne/externe. Croissance horizontale/verticale. L'intégration. Partenariat. Internalisation.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Expliquez pourquoi pour l'entreprise son métier est le légume.
2. Déterminez les raisons de ce choix stratégique.

ТЕМА 17: ИЗБОР НА СТРАТЕГИЯ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНОТО ПРЕДИМСТВО

План-тезис: Специализация. Многообразие. Предимство чрез цените. Диференциация. Вътрешен и външен растеж. Хоризонтален и вертикален растеж. Интеграция. Интернационализация.

Практическо задание/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Обяснете защо дейността на предприятието е свързана със зеленчуците.
2. Определете причините за този стратегически избор.

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с конкурентното предимство. (Например текст от "Мениджмънт на организациите", стр. 171). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятията конкурентно предимство, специализация, многообразие, предимство чрез цените, диференциация, хоризонтален и вертикален растеж, интеграция, интернационализация.	15
2. Разбира, описва и обяснява специализацията и нейното многообразие. Описва диференциацията. Описва и обяснява хоризонталния и вертикалния растеж, вътрешния и външния растеж. Дава примери. Обяснява интеграцията и интернационализацията и дава примери.	20
3. Обяснява избора за дейност на конкретно предприятие	5
4. Анализира предоставената информация и определя причините, довели предприятието до този стратегически избор.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

THEME 18: LE CHOIX DES RESSOURCES POUR DEVELOPPER L'AVANTAGE CONCURRENTIEL

Plan: Les types de ressources – financières, humaines, technologiques, immatérielles. La mobilisation des ressources. L'évaluation des ressources.

Epreuve pratique/casus:

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Presentez l'objectif recherché par PSA.
2. Justifiez le choix des ressources mobilisées.

ТЕМА 18: ИЗБОР НА РЕСУРСИ ЗА ИЗПОЛЗВАНЕ И РАЗВИТИЕ НА КОНКУРЕНТНОТО ПРЕДИМСТВО

План-тезис: Видове ресурси – финансови, човешки, технологични, нематериални. Мобилизиране на ресурсите. Оценяване на ресурсите.

Практическо задание/казус

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Представете целта, преследвана от PSA.
2. Обосновете избора на мобилизираните ресурси.

Дидактически материали: Ксерокопие на текст, свързан с конкурентното предимство. (Например текст от "Мениджмънт на организациите", стр. 197). По решение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира понятието ресурси на предприятието. Дефинира понятията мобилизиране на ресурсите и оценяване на ресурсите.	15
2. Характеризира и обяснява видовете ресурси на предприятието /финансови, човешки, нематериални, технологични/. Дава примери за съответните видове ресурси. Обяснява и характеризира процесите на мобилизиране на ресурсите и оценяване на ресурсите. Дава примери за мобилизиране и оценяване на ресурсите.	20
3. Обяснява целта, преследвана от определено предприятие.	5
4. Анализира предоставената информация и обосновава избора на мобилизираните ресурси.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
Общ брой точки	60

2. Критерии за оценяване

Комисията по оценяване на изпита по теория на професията и специалността, назначена със заповед на директора на училището/ръководителя на обучаващата институция, определя за всеки критерий конкретни показатели, чрез които да се диференцира конкретният брой присъдени точки.

IV. ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ПРАКТИКА НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА

1. Указания за съдържанието на индивидуалните практически задания по проект.

Чрез държавния изпит по практика на професия „Икономист-мениджър”, специалност „Търговия” се проверяват и оценяват професионалните умения и компетенции на обучаваните, отговарящи на трета степен на професионална квалификация.

Изпитът по практика на професията и специалността се състои в разработване и защита на проект като индивидуална разработка или от екип до 3 ученици.

Индивидуалното/екипното изпитно задание по проекта съдържа пълното наименование на училището/обучаващата институция, празни редове за попълване имената на обучавания, квалификационната форма, началната дата и началния час на възлагане на проекта, дата и час на защитата, темата на индивидуалното практическо задание по изготвянето на проекта и изискванията към крайния резултат от изпълнението на заданието.

При изпълнение на индивидуалното практическо задание по изготвяне на проекта обучаемият използва компютър и друга офис-техника в зависимост от указанията, които се съдържат в него. По решение на комисията могат да се дадат допълнителни указания, които да подпомогнат обучавания при неговото изпълнение.

Индивидуалните/екипните практически задания, свързани с изготвянето на проекта, се съставят в училището/обучаващата институция. Броят на изготвените задания по проект трябва да бъде с един повече от броя на явяващите се в деня на изпита. Всеки обучаван изтегля индивидуалното си практическо задание, в което веднага саморъчно написва трите си имена.

Разработката на проекта трябва да има следното съдържание:

1. Увод - В увода се правят общо представяне на идеята на проекта и мотивацията и обосновка на ученика/обучаемия за избора на темата на проекта.
2. Теоретична част - Съдържа основни понятия, процеси, нормативни изисквания, процедури и др., на базата на които се разработва темата..
3. Практическа част - Съдържа данни от направени проучвания, извършени организационни дейности, разработени стратегии, изготвени материали, попълнени документи, финансови анализи, статистическа, оперативна, счетоводна информация и други информации, свързана с разработването на темата.
4. Заключение - Съдържа обобщения, изводи и тенденции относно практическото приложение и значение на представената разработка.
5. Ползвана литература - Посочват се източниците на информация и нормативните документи, които са свързани с темата.
6. Съдържание на разработката.

Проектът трябва да бъде предаден на изпитната комисия, назначена от директора на училището, 30 дни преди защитата.

Критерии за оценяване на индивидуалното практическо задание по проект

№	Критерии	Точки
1.	Въведение в проблема, мотивация и обосновка на избора.	5
2.	Умения за прилагане на маркетинговия инструментариум.	10
3.	Умения за съставяне на организационно-управленски план.	10
4.	Умения за използване и анализ на финансово-счетоводни данни.	5
5.	Умения в разработването на прогнози, разработки и стратегии.	10
6	Умения за представяне на проекта на френски език.	10
7	Умения за презентиране на разработката.	10
	Общ брой точки	60

Посочва се максималният брой точки, който се поставя при пълно, вярно и точно изпълнение на показателя. Те са в съответствие с посочените в Държавното образователно изискване за придобиване квалификация по професията **Икономист-мениджър**.

V. СИСТЕМА ЗА ОЦЕНЯВАНЕ

Максималният брой точки за всяка изпитна тема или за всяко изпитно задание е 60. Неправилният отговор се оценява с 0 точки. Непълният отговор се оценява с част от точките за верен и пълен отговор.

Преминаването от точки в цифрова оценка съгласно чл. 7, ал. 4 от Наредба № 3 за системата на оценяване се извършва по следната формула:

Цифрова оценка = общият брой точки от всички критерии : 10

Получената цифрова оценка се изчислява с точност до 0,01.

Оценяването на писмените работи от държавния изпит по теория е в съответствие с чл. 46 от Наредба № 3 от 2003 г. за системата на оценяване.

Изпълнението на практическото задание от държавния изпит по практика се оценява в съответствие с чл. 48 от Наредба № 3 от 2003 г. за системата на оценяване.

VI. ПРЕПОРЪЧИТЕЛНА ЛИТЕРАТУРА

1. Ерик Вакари. Мениджмънт на организациите. Френски културен институт, София, 2007.
2. Жан-Люк Коел. Управление и организация на търговията. Френски културен институт, София, 2007.

VII. АВТОР

Антоанета Баткова-Дудова – Национална търговско-банкова гимназия, гр.София

VIII. ПРИЛОЖЕНИЯ

а) Примерен изпитен билет

.....
(пълно наименование на училището/обучаващата институция)

**ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ТЕОРИЯ НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА
ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ТРЕТА СТЕПЕН НА ПРОФЕСИОНАЛНА
КВАЛИФИКАЦИЯ**

по професията 345010 Икономист-мениджър

специалността 3450102 Търговия

Изпитен билет № 4

Изпитна тема 4: La communication par le produit. Communication de masse. Les relations publiques.

(изписва се точното наименование на темата)

План-тезис: La publicité – les objectifs, les moyens. Le parrainage. Le mecenat. L'événementiel.

Приложна задача: A partir d'une étiquette ou des informations sur un emballage de produit analysez la communication.

Описание на дидактическите материали: L'étiquette d'un produit.

Председател на изпитната комисия:.....

(име, фамилия)

(подпис)

Директор/Ръководител на обучаващата институция:.....

(име, фамилия)

(подпис)

(печат на училището/обучаващата институцията)

б) Примерно индивидуално практическо задание

.....
(пълно наименование на училището/обучаващата институция)

**ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ПРАКТИКА НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА
ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ТРЕТА СТЕПЕН НА ПРОФЕСИОНАЛНА
КВАЛИФИКАЦИЯ**

по професията **345010 Икономист-мениджър**
специалността **3450102 Търговия**

Индивидуално практическо задание №.....

На ученика/обучавания
(трите имена на ученика/обучавания)

от клас/курс,
начална дата на изпита: начален час:
крайна дата на изпита: час на приключване на изпита:

1. Да се разработи проект на тема: Réalisation de le'action promotionnelle d'un salon de beauté

2. Указания (инструкции/изисквания) за изпълнение на практическото задание:

Le projet:

- *doit être au moins 20 pages;*
- *de contenir tous les elements du contenu;*
- *de contenir des images, des schémas, des tableaux, des diagrammes;*
- *de contenir la liste de litterature utilisé;*
- *doit être remis sur papier et sur support électronique;*
- *doit être remis à la commission d'examineurs 30 jours avant la date déterminée de l'examen.*

УЧЕНИК/ОБУЧАВАН:
(име, фамилия) (подпис)

Председател на изпитната комисия:
(име, фамилия) (подпис)

Директор/Ръководител на обучаващата институция:
(име, фамилия) (подпис)
(печат на училището/обучаващата институция)