

МИНИСТЕРСТВО 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 ГИМНАЗИИ**

	Код по СППОО	Наименование
Професионално направление	код 345	“АДМИНИСТРАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ”
Професия	код 345120	“ИКОНОМИСТ”
Специалност	код 3451202	“ТЪРГОВИЯ”

Утвърдена със Заповед № РД 09 – 27/10.01.2014 г.

София, 2014 година

I. ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ И ЦЕЛ НА ИЗПИТНАТА 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 **345120 „Икономист”**, специалност **3451202 „Търговия”** от Списъка на професиите за професионално образование и обучение по чл. 6 от Закона за професионалното образование и обучение.

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

Националната изпитна програма е разработена във връзка с чл. 36 от Закона за професионалното образование и обучение в съответствие с Държавното образователно изискване за придобиване на квалификация по професията **„Икономист”**, специалност **„Търговия”** (Наредба № 32 от 09.01.2012 г. за придобиване на квалификация по професията „Икономист”, обн. ДВ, бр. 15 от 21.02.2012 г.).

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

II. СЪДЪРЖАНИЕ НА НАЦИОНАЛНАТА ИЗПИТНА ПРОГРАМА

Настоящата национална изпитна програма съдържа:

- 1. За държавния изпит по теория на професия „Икономист”, специалност „Търговия”:**
 - a. Изпитните теми с план-тезиса на учебното съдържание.
 - b. Критерии за оценяване.
- 2. За държавния изпит по практика на професия „Икономист”, специалност „Търговия”:**
 - a. Указания за съдържанието на индивидуалните практически задания по изготвяне на проект.
 - b. Критерии за оценяване.
- 3. Система за оценяване.**
- 4. Препоръчителна литература.**
- 5. Приложения:**
 - a. Примерен изпитен билет за държавния изпит по теория на професия „Икономист”, специалност “Търговия”.
 - b. Примерно индивидуално практическо задание по проект.

III. ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ТЕОРИЯ НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА

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

THEME 1: LE MARCHÉ ET SES COMPOSANTES

Plan: Définition d'un marché – une demande, une offre, une observation de données chiffrées. L'environnement et l'influence sur le marché. Typologie des marchés – le marché du produit, le marché amont, le marché aval, la relation entre les marchés. La structure d'un marché. Les intervenants sur le marché.

Epreuve pratique/ casus

Décrivez l'environnement dans lequel s'effectue l'achat d'un produit de votre choix et montrez l'influence de ses domaines sur l'acte commerciale, sur l'acheteur et sur le vendeur.

Domaines	Influence sur l'acte commerciale	Influence sur l'acheteur	Influence sur le vendeur

Изпитна тема № 1: ПАЗАРЪТ И НЕГОВИТЕ ЕЛЕМЕНТИ

План-тезис: Дефиниране на понятието пазар – търсене, предлагане, проучване и анализ на цифрови данни. Обкръжаваща среда – области на обкръжаващата среда и влиянието ѝ върху пазара. Типология на пазарите – продуктов пазар, пазар на предприятието, снабдяване и реализация на стоките, връзка между пазарите, структура на пазара. Пазарни субекти.

Приложна задача/казус:

Опишете обкръжаващата среда, в която се извършва покупката на избран от Вас продукт и посочете влиянието на нейните области върху акта на покупко-продажба, върху купувача и върху продавача.

Описание на дидактическите материали: таблица за попълване.

Области на обкръжаващата среда	Влияние върху акта на покупко-продажба	Влияние върху купувача	Влияние върху продавача

--	--	--	--

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира и назовава основни понятия и процеси, свързани с пазара, типовете пазари и обкръжаващата среда, пазарни субекти.	5
2. Разбира, описва, обяснява същността на пазара, връзките между типовете пазари, същността на обкръжаващата среда и нейното влияние върху пазара. Сравнява типовете пазари и степента на въздействие на областите на обкръжаващата среда върху пазара. Разбира и обяснява ролята на пазарните субекти.	20
3. Доказва връзката между пазарите и обкръжаващата среда с конкретни примери.	5
4. Анализира въздействието на обкръжаващата среда върху акта на покупко-продажба и върху пазарните субекти.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 2: LES BESOINS ET LES MOTIVATIONS. LA SEGMENTATION. LE MARCHEAGE

Plan: Les besoins – définition, classification de Maslow et SONCAS. Motivation – définition et explication. L'attitude du consommateur. Les freins du consommateur. La segmentation – définition des segments. L'intérêt de la segmentation. Les critères de segmentation. La typologie, limites et évolution de la segmentation. Le marchéage.

Epreuve pratique/casus

Toutes les actions commerciales sont dirigées vers une cible. La segmentation permet de préciser les besoins de la cible. Montrez pour chacune de ses actions comment est orientée vers une cible.

Remplissez le tableau.

Action	Exemple	Cible visée	Element adapté à la cible
Sur le produit			
Sur le prix			
Sur la distribution			
Sur la communication			

Изпитна тема № 2: НУЖДИ И МОТИВАЦИЯ. СЕГМЕНТИРАНЕ НА ПАЗАРА. МАРКЕТИНГ-МИКС

План-тезис: Нужди - дефиниране, класификация на Маслоу и SONCAS.

Мотивация - дефиниране и същностна характеристика. Поведение на консуматора.

Спирачки пред консуматора. Сегментиране на пазара – определяне на понятието

сегмент, цел на сегментирането, критерии за сегментиране, типология, граници и еволюция на сегментирането. Маркетинг-микс.

Приложна задача/казус:

Всички търговски действия са насочени към определена целева група. Сегментирането позволява да се прецизират нуждите на тази целева група. Посочете как всяко едно от действията е ориентирано към целевата група. Попълнете таблицата.

Описание на дидактическите материали: таблица за попълване.

Действие	Пример	Целева група	Елемент, адаптиран към целевата група
Върху продукта			
Върху цената			
Върху дистрибуцията			
Върху комуникацията			

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира, назовава и формулира основни понятия, свързани с нуждите, мотивацията и сегментирането на пазара. Формулира и разграничава видовете нужди и мотивации. Дефинира понятието маркетинг-микс.	5
2. Описва и обяснява сегментирането на пазара и критериите за сегментиране на пазара. Описва и обяснява елементите на маркетинг-микса.	20
3. Доказва с конкретни примери нуждите и мотивациите, сегментирането и критериите за сегментиране. Дава конкретни примери за действията на търговския екип за осъществяване на маркетинг-микса на предприятието.	5
4. Анализира връзките между нуждите, мотивацията и сегментирането на пазара, като посочва елементите на сегментирането, адаптирани към целевата група.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 3: LE CYCLE DE VIE DE PRODUIT. LA GAMME DES PRODUITS

Plan: Les étapes du cycle de vie du produit – le lancement, la croissance, la maturité, le déclin. Les actions commerciales et le cycle de vie du produit. La gamme – caractéristiques, le rôle des produits dans la gamme, la politique dans la gamme.

Epreuve pratique/casus:

Donnez des exemples de 5 produits qui sont dans les différentes étapes de cycle de vie. Argumentez votre choix et opinion. Montrez les raisons pour lesquelles les produits sont dans les différentes étapes de cycle de vie. Déterminez les types de produits dans la gamme. Présentez sous forme de schéma les étapes de cycle de vie.

Изпитна тема № 3: ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ПРОДУКТА. ПРОДУКТОВА ГАМА

План-тезис: Етапи на жизнения цикъл на продукта – лансиране, развитие, зрялост и упадък. Търговски действия и жизнен цикъл на продукта. Продуктова гама – характеристика, роля на продуктите в гамата, политика на продуктовата гама.

Приложна задача/казус:

Дайте примери за 5 продукта, които се намират в различни етапи на жизнения си цикъл. Обосновете твърдението си. Посочете причините, поради които продуктите са в различни етапи на жизнения цикъл.

Определете типовете продукти в продуктовата гама. Представете графично етапите от жизнения цикъл на продуктите.

Описание на дидактическите материали: Таблица за представяне на резултатите.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира и формулира основни понятия, свързани с жизнения цикъл на продукта и продуктовата гама.	5
2. Разбира, описва и обяснява етапите от жизнения цикъл на продуктите и търговските действия. Разбира и обяснява продуктовата гама и ролята на продуктите в гамата. Обяснява ролята на продуктите в гамата и политиката на гамата. Дава примери.	20
3. Начертава схемата на жизнения цикъл на продуктите, посочва и аргументира връзката продукт – жизнен цикъл на продукта.	5
4. Анализира връзката продукт, жизнен цикъл на продукта, продуктова гама.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 4: LA COMMUNICATION COMMERCIALE. COMMUNICATION DE MASSE. LES RELATIONS PUBLIQUES

Plan: Les objectifs de la communication commerciale. La stratégie de communication – la problématique, la cible, les contraintes. La publicité – les objectifs, les moyens. Le parrainage. Le mécénat. L'événementiel.

Epreuve pratique/casus:

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

Изпитна тема № 4: ТЪРГОВСКА КОМУНИКАЦИЯ. МАСОВА КОМУНИКАЦИЯ. ОБЩЕСТВЕНИ ВРЪЗКИ

План-тезис: Цели на търговската комуникация. Стратегия на комуникацията – проблематика, целева група, спирачки. Реклама – цели, средства. Спонсорство. Меценатство. Събитийност.

Приложна задача /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. Дефинира реклама, спонсорство, меценатство, събитийност.	5
2. Разбира, описва и обяснява стратегията на търговската комуникация. Обяснява реклама, спонсорство, меценатство, събитийност.	20
3. Доказва с конкретни примери връзката между цели и стратегия на комуникацията. Дава примери за реклама, спонсорство, меценатство, събитийност.	5
4. Анализира реклама и диагностицира ситуацията, стратегията и спирачките.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	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.

Изпитна 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.

Приложна 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.	5
2. Разбира, описва и обяснява протичането на контролирането върху маркетинговата дейност, разбира и обяснява количествените и качествени 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
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 6: LES ORGANISATIONS. LE FINANCEMENT. LES IMPÔTS

Plan: Les organisations – organisations publiques, les entreprises, les organisations à but non lucratif. La taille. La performance et les critères. Les ressources des organisations. Les partenaires des organisations. Le financement – autofinancement, l’Etat, les banques. L’Union Européenne. Les impôts –les impôts personnels, les impôts des entreprises /l’impôt sur le revenu, l’impôt sur les Sociétés/.

Epreuve pratique/casus

Lisez le texte concernant les organisations et répondez aux questions:

1. Justifiez pour une entreprise le choix d’une politique de RSE
2. Citez les différents partenaires et indiquez le type de relation avec l’organisation

Изпитна тема № 6: ОРГАНИЗАЦИИ. ФИНАНСИРАНЕ НА ОРГАНИЗАЦИИТЕ. ДАНЪЦИ

План-тезис: Организации – същност и видове (публични организации, предприятия, организации с нестопанска цел). Размер на организациите. Юридически статут. Ресурси на организациите. Партньори на предприятията. Постижения на предприятието и критерии за оценка на постиженията. Финансиране на дейността на организациите – самофинансиране, финансиране от държавата, финансиране от банките, финансиране от Европейския съюз. Данъци – същност. Видове данъци – данъци на физически лица и данъци на предприятията.

Приложна задача/казус

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Обосновете избора на предприятието за политиката на социална отговорност.
2. Уточнете кои са партньорите на предприятието и какъв е видът на връзката с тях.

Описание на дидактическите материали: Ксерокопие на текст, свързан с организациите (например текст от „Мениджмънт на организациите“, стр. 29). По решение на изпитната комисия може да се използва друг текст.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира и формулира понятията организации, видовете организации, ресурси на организациите, юридически статут, постижения на предприятията и критерии за оценка на постиженията, партньори на организациите, финансиране на дейността на организациите, данъци.	5
2. Разбира, описва и обяснява видовете организации – публични организации, видове предприятия, организации с нестопанска цел, ресурсите на предприятието, постиженията на организациите и критериите за оценка на постиженията. Разбира, описва и обяснява понятието финансиране на дейността на организациите и видовете финансиране. Разбира и обяснява данъците и видовете данъци (данъци на физическите лица и данъци на предприятието).	20
3. Дава конкретни примери за видове организации, ресурси, юридически статут, размер на организациите, постижения на организациите, финансиране на организациите, данъци на физическите лица и данъци на предприятията.	5
4. Аргументира и анализира данните за избор на социална политика на предприятието и партньорите на предприятието.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 7: LA DISTRIBUTION

Plan: Les objectifs de la distribution – définition, les canaux. Les intermédiaires commerciaux. Le personnel commercial. L'organisation de la distribution. Les facteurs d'évolution de la distribution. Les types de distribution. Les critères de choix de distribution.

Epreuve pratique/casus

Lisez le texte concernant la distribution et répondez aux questions:

1. A quels besoins des consommateurs correspondent cette nouvelle forme de distribution ?
2. Trouvez d'autres formes modernes de distribution qui sont apparus récemment.

Изпитна тема № 7: ДИСТРИБУЦИЯ

План-тезис: Цели на дистрибуцията – дефиниране, канали на дистрибуция. Търговски посредници. Търговски персонал. Организиране на дистрибуцията. Фактори, влияещи върху еволюцията на дистрибуцията. Типове дистрибуция. Критерии за избор на дистрибуция.

Приложна задача/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. На какви нужди на консуматорите отговаря тази нова форма на дистрибуция?
2. Посочете нови модерни форми на дистрибуция, появили се напоследък.

Описание на дидактическите материали: Ксерокопие на текст, свързан с дистрибуцията. (например текст от “Управление и организация на търговията” стр. 27). По предложение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира, формулира и характеризира понятията, свързани с дистрибуцията като част от организацията и управлението на търговската дейност. Назовава типовете дистрибуция.	5
2. Обяснява и описва характерните особености на участниците в процеса на дистрибуция и техните функции. Разбира и описва особеностите на различните канали на дистрибуция.	20
3. Описва и сравнява типовете дистрибуция и илюстрира с конкретни примери факторите, влияещи върху еволюцията на дистрибуцията и новите форми на дистрибуция.	5
4. Анализира информация, свързана с новите форми на дистрибуция и нуждите на консуматора. Прави аргументирани заключения за причините, водещи до новите форми на дистрибуция и използването на нови технологии.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 8: LE RESEAU DE DISTRIBUTION

Plan: Structure générale de la distribution – le commerce de gros, le commerce de detail, les centrales d’achat, le 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 répondez aux questions:

1. Quelle est l’organisation de l’é-commerce?
2. Comment le marché de l’é-commerce attire plus de clients?

Изпитна тема № 8: ДИСТРИБУТОРСКА МРЕЖА

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

Приложна задача/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Каква е организацията на електронната търговия?
2. Как пазарът, свързан с електронната търговия, привлича повече клиенти?

Дидактически материали: копие на текст, свързан с дистрибуцията. (например текст от "Управление и организация на търговията", стр. 85). 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, обединения за покупки, участници в дистрибуторските мрежи, обхват и мениджмънт на мрежите.	5
2. Разбира, описва и обяснява особеностите на структурите за дистрибуция, особеностите на мрежите, техния обхват и участници.	20
3. Описва и обяснява особеностите на електронната търговия.	5
4. Анализира и аргументира информация относно необходимостта и обхвата на електронната търговия.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на чужд език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 9: MANAGEMENT DE LA FONCTION COMMERCIALE. L'ORGANISATION DU SERVICE COMMERCIAL

Plan: Le management de l'unité commerciale. L'organisation et le management. L'organisation humaine et la gestion des relations clients. Le management et la force de vente externe – les missions du vendeur. L'organisation de service commercial: organisation géographique, par produit, par marché, organisation matricielle.

Epreuve pratique/casus

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Pourquoi la vente est-elle un passage quasi obligé pour la plupart des postes décrits?
2. A votre avis pourquoi assiste-t-on à une diversification de plus en plus grande des métiers commerciaux?

Изпитна тема № 9: МЕНИДЖМЪНТ В ТЪРГОВИЯТА. ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТЪРГОВСКАТА ДЕЙНОСТ

План-тезис: Мениджмънтът като част от търговската дейност на предприятието – организация на мениджмънта, организация на човешката дейност и управление на отношенията с клиентите. Мениджмънт и увеличаване на външните продажби – мисии на продавача. Организация на търговската дейност: организация чрез продукта, географска организация, организация чрез пазара, двойката продукт-пазар.

Приложна задача/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Защо продажбата е акт, задължителен за почти всички от посочените длъжности?
2. Според вас защо се налага все по-голяма диверсификация на търговските длъжности ?

Описание на дидактическите материали: копие на текст, свързан с длъжностите в търговско предприятие (например текст от «Управление и организация на

търговията», стр.45). По предложение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира основни понятия, свързани със същността и организацията на мениджмънта като част от търговската дейност на предприятието, дефинира видовете организация на търговската дейност.	5
2. Разбира и обяснява ролята на мениджмънта за осъществяване дейността на предприятието и управление на отношенията с клиентите на предприятието. Разбира, описва и обяснява организацията на търговията и видовете организации на търговския отдел.	20
3. Доказва ролята на ефективното управление на отношенията с клиентите за реализация на продуктите на пазара.	5
4. Анализира информация, свързана с длъжностите в едно предприятие и прави заключения относно задълженията на персонала и тенденциите в развитието на търговските длъжности относно акта на продажба.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 10: 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 répondez aux questions:

1. Quelles sont les principales tendances de l'évolution des comportements alimentaires?
2. Comment les entreprises de production et distributeurs ont-ils adoptés leurs produits à l'évolution des besoins?

Изпитна тема № 10: 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.

Приложна задача/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Какви са тенденциите в областта на консумацията на хранителни продукти?
2. Как предприятията и дистрибуторите адаптират своите продукти към еволюцията в нуждите на консуматорите?

Дидактически материали: копие на текст, свързан с търговските единици. (Например текст от „Управление и организация на търговията”, стр. 99). 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.	5
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. Дава примери.	5
4. Анализира предоставена информация и извлича аргументирани изводи относно тенденциите и адаптирането на предприятието към еволюцията на нуждите.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 11: 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.

Изпитна тема № 11: ТЪРГОВСКО ПРЕДЛАГАНЕ

План-тезис: Марчандайзинг – средства на марчандайзинга, изработване на марчандайзинга. Промоция – техники, провеждане на промоция.

Приложна задача/казус:

Прочетете текста и анализирайте провеждането на промоционалната кампания.

Дидактически материали: Копие на текст, свързан с търговскопредлагане. (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 понятия, свързани с него – марчандайзинг и промоция.	5
2. Разбира, описва и обяснява средствата и изработването на марчандайзинга, 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 френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 12: 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. Quel est le type de management?
2. Quels sont les outils de motivation recommandés?

Изпитна тема 12: 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.

Приложна задача/казус

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Какъв е типът на мениджмънта?
2. Какви са препоръчителните средства за мотивация на персонала ?

Дидактически материали: копие 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.	5
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 предоставена му информация и типа на мениджмънта.	5
4. Анализира предоставената информация относно ролята на мениджъра и начините за мотивация на персонала.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 13: LA LOGISTIQUE COMMERCIALE

Plan: Définition et moyens, les achats, les activités logistiques, les coûts logistiques. La chaîne d'approvisionnement. La gestion des flux de produits – le code barré, 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.

Изпитна тема № 13: 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.

Приложна задача/казус

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

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

Дидактически материали: копие 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.	5
2. Разбира, описва и обяснява логистичните цени и логистичните действия. Обяснява етапите от веригата на доставките и етапите на управлението на продуктовете потоци.	20
3. Описва движението на определен продукт в системата на логистиката.	5
4. Анализира предоставената информация относно ролите на конкретна система на логистика.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 14. LE SYSTEME DE PRODUCTION

Plan: Le système de production – définition. Les différents systèmes de production. Le choix d’un système de production. La logistique. L’évolution des systèmes de production.

Epreuve pratique/casus

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Expliquez comment est organisé le mode de production et caractérisez-le.
2. Définissez le type de relation entre l’organisation et ses clients.

Изпитна тема № 14: СИСТЕМИ ЗА ПРОИЗВОДСТВО

План-тезис: Системи за производство – дефиниране. Видове системи за производство. Избор на системи за производство. Логистика. Еволюция на системите за производство.

Приложна задача/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Обяснете как е организиран начинът на производство и го характеризирайте.
2. Определете типа на връзката между организацията и нейните клиенти.

Описание на дидактическите материали: Ксерокопие на текст, свързан със системите на производство (например текст от «Мениджмънт на организациите», стр.53). По предложение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Дефинира системите за производство и понятията, свързани с тях. Назовава и характеризира видове системи за производство.	5
2. Описва и обяснява видовете системи за производство и особеностите им. Обяснява логистиката. Обяснява еволюцията на системите за производство. Сравнява видове системи за производство и определя начините за техния избор.	20
3. Доказва връзката между системата за производство и успеха на предприятието.	5
4. Анализира информация, свързана с начина на производство в Предприятието, и прави заключения относно типа на връзката между организацията и нейните клиенти.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 15: ANIMER ET MOBILISER DES HOMMES. LA GESTION DES COMPETENCES. LA REMUNERATION. LA MOTIVATION

Plan: Les acteurs internes des organisations. Les acteurs externes. La pluralité des rôles de chaque acteur et ses conséquences. La mise en place de mécanismes de concertation et de coordination. La gestion des compétences. La rémunération. La motivation.

Epreuve pratique/casus

Lisez le texte et répondez aux questions:

1. Définissez une politique des ressources humaines.
2. Comment s'organise la gestion individualisée du personnel?

Изпитна тема № 15: РЪКОВОДЕНЕ И МОБИЛИЗИРАНЕ НА ХОРАТА. УПРАВЛЕНИЕ НА КОМПЕТЕНЦИИТЕ. ВЪЗНАГРАЖДЕНИЕ. МОТИВАЦИЯ

План-тезис: Вътрешни и външни участници в организацията. Множественост на ролята на всеки участник и нейните последици. Прилагане на механизма на съгласуваност и координация. Управление на компетенциите. Възнаграждение. Мотивация.

Приложна задача/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

1. Определете политиката на предприятието в областта за човешките ресурси.
2. Как се организира индивидуализираното управление на персонала?

Описание на дидактическите материали: копие на текст, свързан с управлението на човешките ресурси (например текст от «Мениджмънт на организациите», стр.74). По предложение на изпитната комисия може да се използват и други текстове.

Критерии за оценяване	Максимален брой точки
1. Назовава и характеризира участниците в организацията. Характеризира механизма на съгласуваност и координация. Дефинира компетенции, възнаграждение, мотивация.	5
2. Описва многообразието на ролята на всеки участник в организацията на предприятието. Обяснява механизма на съгласуваност и координация и сравнява ролята на вътрешни и външни участници в организацията на предприятието. Обяснява компетенциите и тяхното подобряване. Обяснява връзката между мотивация и възнаграждение	20
3. Доказва значението на политиката за човешките ресурси.	5
4. Анализира връзката между мениджмънта и политиката за човешките ресурси. Обяснява нуждата от индивидуализирано управление на членовете на персонала.	10
5. Демонстрира познания на учебния материал на френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 16: 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, 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.

Изпитна тема № 16: 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 – нива, фактори. Ролята на ръководния екип.

Приложна задача/казус:

Прочетете текста и отговорете на въпросите:

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

Дидактически материали: копие на текст, свързан с информацията, контрола и вземането на решение. (например текст от “Мениджмънт на организациите”, стр 114). 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.	5
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 френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME17: 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 potential. 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.

Изпитна тема № 17: 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.

Приложна задача/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: копие 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.	5
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 френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	10
Общ брой точки	60

THEME 18: LA CONSTRUCTION DE L’AVANTAGE CONCURRENTIEL DANS L’ENTREPRISE. LA SPECIALISATION. LA DIVERSIFICATION.

LA DIFFERENCIATION

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. La spécialisation. La diversification. La différenciation.

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.

Изпитна тема № 18: СЪЗДАВАНЕ НА КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО В ПРЕДПРИЯТИЕТО. СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ. ДИВЕРСИФИКАЦИЯ. ДИФЕРЕНЦИАЦИЯ

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

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: копие 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. Дефинира специализация, диверсификация, диференциация.	5
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. Характеризира специализация, диверсификация, диференциация.	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 френски език.	10
6. Решава вярно приложната задача.	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 определеният брой присъдени точки.

IV. ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ПРАКТИКА НА ПРОФЕСИЯТА И СПЕЦИАЛНОСТТА

1. Указания за съдържанието на индивидуалните практически задания

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

Изпитът по практика на професията „Икономист“, специалност „Търговия“, се състои в разработване и защита на бизнес проект от екип, в който са включени до трима ученици (обучаеми), или като индивидуална разработка.

Бизнес проектът се предава 30 дни преди защитата на комисията за провеждане и оценяване на изпита по практика на професията и специалността, утвърдена със заповед на директора на училището/обучаващата институция.

Темите на бизнес проекта (практическото задание) се избират и формулират съвместно от обучаемите и ръководителите на проектите, които са членове на комисията за провеждане и оценяване на изпита по практика на професията и специалността в училището/обучаващата институция.

Защитата на бизнес проекта се провежда съгласно график, утвърден от директора на училището/обучаващата институция.

Бизнес проектът включва разделите:

1. Увод.
2. Маркетингова част – анализи, маркетингово проучване, сегментиране, позициониране, маркетингова стратегия – маркетинг-микс.
3. Организация на дейността – избор на място и правна форма, организация на дейност и структура.
4. Финансова част – финансиране, разходи, себестойност, ценообразуване, приходи, печалба, рентабилност, възвръщаемост.
5. Изводи.
6. Тенденции за развитие.
7. Заключение.
8. Приложения, използвана литература, декларация за авторство.

Индивидуалните практически задания се изготвят от комисията за провеждане и оценяване на изпита по практика на професията и специалността в училището (обучаващата институция).

Индивидуалното практическо 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 изпита, краен срок на изпита - дата и час, темата на индивидуалното практическо задание и изискванията към крайния резултат от изпълнението на заданието. По решение на комисията могат да се дадат допълнителни указания, които да подпомогнат обучавания (обучаваните) при изпълнение на практическото задание.

2. Критерии за оценяване

За всяко индивидуално практическо задание комисията по провеждане и оценяване на изпита по практика на професията и специалността, назначена със заповед на директора на училището/ръководителя на обучаващата институция разработва показатели по критериите, определени в таблицата.

№ по ред	КРИТЕРИИ	ПОКАЗАТЕЛИ	Максимален брой точки
1.	Представяне на бизнес проекта на хартиен носител	1.1. Спазва изискванията за начална страница, съдържание, увод, изложение, приложение и заключение; 1.2. Добър външен вид.	5
2.	Представяне на маркетинговата част	2.1. Анализира макро- и микрообкръжаващата среда; 2.2. Прилага SWOT – анализ; 2.3. Умее да прилага маркетингов инструментариум;	20

		2.4. Разработва оптимална пласментна политика; 2.5. Разработва ефективна рекламна кампания; 2.6. Прилага сегментиране и позициониране на продукта.	
3.	Представяне на организацията на дейността	3.1. Изгражда правилно управленска структура; 3.2. Оптимизира организацията на дейността; 3.3. Предлага оптимизация на имуществото, работното време и персонала.	10
4.	Разработена финансова част	4.1. Прилага основните икономически показатели; 4.2. Прогнозира приходи; 4.3. Калкулира себестойност; 4.4. Анализира финансовото състояние на предприятието; 4.5. Формулира изводи за дейността и проектира тенденции за развитие.	10
5.	Умения за представяне (презентиране)	5.1. Говори ясно, разбираемо и не много бързо. 5.2. Изразява се конкретно, представя бизнес проекта в логическа последователност и обоснованост. 5.3. Невербална комуникация. 5.4. Осъществява зрителен контакт с аудиторията. 5.5. Дрескод.	5
6.	Онагледяване на бизнес проекта	6.1. Използва технически средства – РС, мултимедия и др.; 6.2. Използва нагледни материали – табла, макети, фотоси и др.	5
7.	Умения за представяне на бизнес проекта на френски език	7.1. Умения за устно представяне на проекта на френски език; 7.2. Умения за писмено представяне на проекта на френски език.	5
		ОБЩ БРОЙ ТОЧКИ	60

Критериите за оценяване посочват максималния брой точки, който се поставя при пълно, вярно и точно изпълнение на показателите. Те са в съответствие с посочените в Държавното образователно изискване за придобиване на квалификация по професията „Икономист“.

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 от 2003 г. за системата за оценяване се извършва по следната формула:

Цифрова оценка = общия 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 за 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. Вакари, Ерик. Мениджмънт на организациите. Френски културен институт, София, 2007.
2. Коел, Жан-Люк. Управление и организация на търговията. Френски културен институт, София, 2007.
3. Боша, Жерар. Маркетинг. Френски културен институт, 2005.
4. Боша, Величка. Обща икономическа теория. Френски културен институт, 2004.

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
ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ТРЕТА СТЕПЕН НА ПРОФЕСИОНАЛНА
КВАЛИФИКАЦИЯ**

ПО ПРОФЕСИЯТА: 345120 „Икономист”

СПЕЦИАЛНОСТ: 3451202 „Търговия”

Изпитен билет № 7

Изпитна тема 8 Le réseau de distribution

(изписва се точното наименование на темата)

План-тезис: 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 chaînes volontaires, les chaînes intégrées, la franchise. Les acteurs de réseau. Le management des réseaux. L’étendue des réseaux.

Приложна задача: Lisez le texte et répondez aux questions: 1. Quelle est l’organisation de l’é-commerce? 2. Comment le marché de l’é-commerce attire plus de clients?

Описание на дидактическите материали: текст

Председател на изпитната комисия:.....

(име, фамилия) (подпис)

Директор/ръководител на обучаващата институция:.....

(име, фамилия) (подпис)

(печат на училището/обучаващата институция)

б) Примерно индивидуално практическо задание

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

**ДЪРЖАВЕН ИЗПИТ ПО ПРАКТИКА НА ПРОФЕСИЯТА
ЗА ПРИДОБИВАНЕ НА ТРЕТА ТЕПЕН НА ПРОФЕСИОНАЛНА
КВАЛИФИКАЦИЯ**

**ПО ПРОФЕСИЯ: 345120 „Икономист”
СПЕЦИАЛНОСТ: 3451202 „Търговия”**

Индивидуално практическо задание №.....

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

отклас/курс,
начална дата на изпита: начален час:
крайна дата на изпита: час на приключване на изпита:.....

1. Примерна тема: Segmentation du marché des produits 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 littérature utilisée;*
- *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)