



ул. "Свобода" № 31
гр. Петрич

тел.: 0882 655 776
e-mail: info-102009@edu.mon.bg

www.pgmet1.com

УТВЪРЖДАВАМ,

Директор:
(Таня Иванова)



*ВХОДЯЩО ОБРАЗОВАТЕЛНО
РАВНИЩЕ - завършено основно образование
СРОК НА ОБУЧЕНИЕ - 5 години
ФОРМА НА ОБУЧЕНИЕ - дневна
ОРГАНИЗАЦИОННА ФОРМА - клас
ИЗХОДЯЩО ОБРАЗОВАТЕЛНО РАВНИЩЕ –
завършен XII клас
НИВО ПО НАЦИОНАЛНА
КВАЛИФИКАЦИОННА РАМКА (НКР) – 3
РАМКОВА ПРОГРАМА В - ВАРИАНТ В5*

УЧИЛИЩЕН УЧЕБЕН ПЛАН

ЗА ПРОФЕСИОНАЛНО ОБРАЗОВАНИЕ С ПРИДОБИВАНЕ НА
ВТОРА СТЕПЕН НА ПРОФЕСИОНАЛНА КВАЛИФИКАЦИЯ
БЕЗ ИНТЕНЗИВНО И БЕЗ РАЗШИРЕНО ИЗУЧАВАНЕ НА ЧУЖД ЕЗИК

за IX^a клас
за учебната 2023/2024 година

СПЕЦИАЛНОСТ: код 3420201 „Маркетингови проучвания”

ПРОФЕСИЯ: код 342020 „Сътрудник в маркетингови дейности”

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: код 342 „Маркетинг и реклама”

Училищният учебен план е разработен с участието на местния бизнес, във връзка с изискванията на чл. 16, ал. 3 от Наредба №4 / 30.11.2015 г. за учебния план, приет е на заседание на Педагогическия съвет – протокол № 15/8.09.2023 г., съгласуван е с Обществения съвет към училището – протокол № 8/8.09.2023 г., Утвърден е със заповед на директора *PS09-661/08.09.2023г.....*

Петрич, 2023 г.

I. ГРАФИК НА УЧЕБНИЯ ПРОЦЕС - утвърден със Заповед № РД 09-2047/28.08.2023 г.
на министъра на образованието и науката за учебната 2023/2024 година.

II. УЧЕБНИ ПРЕДМЕТИ, СЕДМИЧЕН И ГОДИШЕН БРОЙ НА УЧЕБНИТЕ ЧАСОВЕ

Видове подготовка, учебни предмети	I гимназиален етап	
	IX клас	
Учебни седмици	36	
Раздел А – задължителни учебни часове		
I. Общобразователна подготовка		
<i>Учебни предмети</i>	<i>Седмичен брой учебни часове</i>	<i>Годишен брой учебни часове</i>
Български език и литература	3	108
Чужд език – Английски език	2	72
Втори чужд език-Френски език	2	72
Математика	3	108
Информационни технологии	1	36
История и цивилизации	2	72
География и икономика	1	36
Философия	1	36
Биология и здравно образование	1	36
Физика и астрономия	1	36
Химия и опазване на околната среда	1,5	54
Музика	0,5	18
Изобразително изкуство	0,5	18
Физическо възпитание и спорт	2	72
II. Обща професионална подготовка		
Здравословни и безопасни условия на труд	0,5	18
Общо за раздел А	22	792
Раздел Б – избираеми учебни часове		
III. Отраслова професионална подготовка		
Теория на професията		
Обща икономическа теория	2	72
IV. Специфична професионална подготовка		
V. Разширена професионална подготовка		
Теория на професията		
Фирмена култура и професионална етика	2	72
Практични финанси	1	36
Практика на професията		
Учебна практика Разработване на бизнес проект	3	108
Учебна практика Професионално обслужване и работа с клиенти	2	72
VI. Разширена подготовка		
Общо за раздел Б	10	360
Общо за раздел А + раздел Б	32	1152
Раздел В – факултативни учебни часове		
VII. Допълнителна подготовка	4	144
Общо за раздел А + раздел Б + раздел В	32	1152

III. ПОЯСНИТЕЛНИ БЕЛЕЖКИ

1. Учебният план е разработен на основание на чл. 94, на Закона за предучилищното и училищното образование, Закона за професионалното образование и обучение, чл. 14, чл. 16 и чл. 17 на Наредба № 4 от 2015 г. за учебния, рамкова програма В – вариант В5 и Държавния образователен стандарт (ДОС) за придобиване на квалификация по професията “Сътрудник в маркетингови дейности“.
2. Всяка учебна седмица, освен часовете по физическо възпитание и спорт – ООП, се включва и по един учебен час за организиране и провеждане на спортни дейности чрез следните видове спорт: Волейбол съгласно чл. 92, ал. 1 от ЗПУО, чл.14, ал. 3, т. 7 и ал. 5 от Наредба № 4/30.11.2015 за учебния план, Заповед № РД09-1111/15.08.2016 г. на министъра на образованието и науката за организиране и провеждане на спортни дейности.
3. Всяка учебна седмица включва и по един час *час на класа* съгласно чл. 92, ал. 2 от ЗПУО, чл. 14, ал. 6 от Наредба № 4/30.11.2015 за учебния план.
4. Изучаваният първи чужд език продължава в XI и XII клас като чужд език по професията.
5. Изучаваният втори чужд език е френски език.
6. Учебните часове по Химия и опазване на околната среда ще се изучават по 2 часа седмично първи учебен срок и по 1 час седмично втори учебен срок.
7. Учебните часове по Музика ще се изучават по 1 час седмично първи учебен срок.
8. Учебните часове по Изобразително изкуство ще се изучават по 1 час седмично втори учебен срок.
9. Учебните часове по Здравословни и безопасни условия на труд ще се изучават по 1 час седмично втори учебен срок.
10. Учебните часове, предоставени за разширена професионална подготовка, се разпределят в училищния учебен план за изучаване на учебни предмети/модули, които развиват и усъвършенстват отделни компетентности от общата, отрасловата и/или специфичната професионална подготовка в съответствие с интересите и индивидуалните възможности на учениците и с възможностите на училището в съответствие с ДОС за придобиване на квалификация по професията.
11. Учебните часове, предоставени за разширена професионална подготовка, се използват за усвояване на резултати от ученето от ДОС за придобиване на квалификация по професия с по-ниска степен на професионална квалификация в съответствие с интересите на учениците и с възможностите на училището.



ул. "Свобода" № 31
гр. Петрич

тел.: 0882 655 776
e-mail: info-102009@edu.mon.bg

www.pgmet1.com

Утвърдил:

Таня Иванова
Директор на
ПГМЕТ "Юрий Гагарин"



УЧЕБНА ПРОГРАМА
за *разширена* професионална подготовка
по
ФИРМЕНА КУЛТУРА И ПРОФЕСИОНАЛНА ЕТИКА
теория
за IX клас

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: КОД 342 „Маркетинг и реклама“

ПРОФЕСИЯ : КОД 342020 „Сътрудник в маркетингови дейности“

СПЕЦИАЛНОСТ: КОД 3420201 „Маркетингови проучвания.“

Учебната програма е разработена с участието на местния бизнес, във връзка с изискванията на чл. 16, ал. 3 от Наредба № 4/ 30.11.2015 г. за учебния план, приет е на заседание на Педагогическия съвет – протокол № 15/ 08.09.2023 г, съгласуван е с общественния съвет към училището – протокол № 8/ 08.09.2023 г., Утвърден е със Заповед на директора № РД 09-661/08.09.2023

Петрич, 2023

I. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

Учебната програма по фирмена култура и професионална етика – теория е предназначена за специалност **3420201 „Маркетингови проучвания.“** от професия **342020 „Сътрудник в маркетингови дейности“** от професионално направление код **342 „Маркетинг и реклама“** от Списъка на професиите за професионално образование и обучение по чл. 6 от Закона за професионалното образование и обучение, за които по учебен план се изучава учебният предмет фирмена култура и професионална етика – теория.

Съдържанието на учебната програма по предмета фирмена култура и професионална етика - теория е свързано с отрасловата подготовка на учениците от направление **„Маркетинг и реклама“** и има междупредметни връзки с бизнес комуникации и маркетинг изучавани в отрасловата и специфична подготовка заложи в учебния план. За тази цел в настоящата учебна програма се изучават основите на основите на фирмената култура и начините за изграждане на корпоративна идентичност; мениджмънта на качеството като основен инструмент за изграждане на положителна репутация на фирмата и етичната страна на бизнеса като предпоставка за изграждане на дългосрочни положителни взаимоотношения с клиенти, доставчици и служители. Програмата набляга на практическото измерение на фирмената култура и професионална етика като способ за осигуряване на планомерни приходи от дейността на фирмата, чрез които ученикът да осъзнае значимостта на доброто име и престиж. Програмата позволява да се осмисли необходимостта от прилагане на етичния кодекс и неговата ефективност за всеки тип фирма, както и зачитането целите на обществото, а не само тези на организацията, подчертавайки ролята на общественото мнение. Обучението по фирмена култура и професионална етика – теория се организира чрез активно включване на ученика в учебния процес и чрез последователно изпълнение на учебното съдържание. Учебното съдържание е подходящо за прилагане на самостоятелна работа и други активни методи на обучение, чрез които може да се постигне по-пълно осмисляне и ефективно усвояване на изучавания материал, както и творческо прилагане на наученото в различни ситуации от практиката.

II. ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО ПО УЧЕБНИЯ ПРЕДМЕТ

Основната цел на обучението по предмета фирмена култура и професионална етика - теория е учениците да усвоят етичните правила за действие в различни ситуации и да прилагат методите за създаване и поддържане на фирмената култура, за да могат да ги прилагат при професионалните си взаимоотношения възникващи в работата по специалността си. Чрез обучението по фирмена култура и професионална етика, учениците трябва да осмислят ролята и мястото им в дейността на фирмата и да оценяват ефективността и ограниченията в прилагането на прийоми им.

III. УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ

Разпределение на учебното време:

Общият брой часове по учебния предмет фирмена култура и професионална етика – теория е определен в типовите учебни планове за съответната специалност в разширена професионална подготовка.

№	НАИМЕНОВАНИЕ НА РАЗДЕЛИТЕ И ТЕМИТЕ	ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕ И БРОЙ УЧЕБНИ ЧАСОВЕ
I.	Основи на фирмената култура и етика	6
1.	Организационна култура – същност и значение. Понятие за организационна култура.	
2.	Значение на организационната култура.	
3.	Компоненти на организационната култура.	
4.	Функции на фирмената култура.	
5.	Влияние на фирмената култура върху дейността на организацията.	
II.	Идентичност и репутация на предприятието	8
1.	Корпоративна идентичност.	
2.	Мисия и визия на предприятието. Примери и съставяне.	
3.	Лого и слоган. Примери и съставяне.	
4.	Репутация (имидж).	
5.	Брандиране – значение, етапи в изграждане на марката. Остойносттаване на марката.	
6.	Патент, лиценз и авторско право.	
III.	Мениджмънт на качеството	6
1.	Понятие за качество и мениджмънт на качеството.	
2.	Тотален мениджмънт на качеството (TQM) по модела по Европейския модел за превъзходство в бизнеса (EFQM). Бенчмаркинг.	
3.	Международни норми и стандарти – същност и значение.	
4.	Органи за разработване и публикуване на стандарти.	
IV.	Етично бизнес поведение	6
1.	Етичен кодекс – същност и значение.	
2.	Компоненти на етичния кодекс.	
3.	Етично поведение. Административна и професионална етика.	

№	НАИМЕНОВАНИЕ НА РАЗДЕЛИТЕ И ТЕМИТЕ	ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕ И БРОЙ УЧЕБНИ ЧАСОВЕ
4.	Редовни клиенти и харта на клиента.	
5.	Етични взаимоотношения работодател – сътрудник.	
V.	Бизнес етикет и професионална етика	14
1.	Правила при кандидатстване за работа. Отличната автобиография.	
2.	Кандидатстване онлайн и събеседване онлайн. Събеседване по телефона.	
3.	Интервю за работа. Правила за отлично представяне пред потенциалния работодател.	
4.	Представяне на срещи и конференции.	
5.	Делови срещи в заведения и приеми.	
6.	Етикет при деловите преговори.	
7.	Характеристики на ефективния преговарящ.	
8.	Правилен подбор на дрехи и аксесоари.	
9.	Телефонен етикет – правила за провеждане на телефонен разговор с клиенти и доставчици.	
10.	Стилово издържани писма и имейли.	
11.	Нетикет и интранет.	
VI.	Етични правила за общуване	10
1.	Професионални ценности и етични норми в професионалната дейност. Конфиденциалност.	
2.	Протокол на обущане. Дипломатичност.	
3.	Професионален стрес – прояви и превенция.	
4.	Етични аспекти на конкуренцията в бизнеса. Лоялна и нелоялна конкуренция.	
5.	Комисия за защита на конкуренцията и Закон за защита на конкуренцията.	

№	НАИМЕНОВАНИЕ НА РАЗДЕЛИТЕ И ТЕМИТЕ	ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕ И БРОЙ УЧЕБНИ ЧАСОВЕ
6.	Конфликт на интереси. Облага. Закон за предотвратяване на конфликт на интереси.	
7.	Тормоз на работното място – прояви и превенция.	
8.	Синдикална защита и колективен трудов договор.	
VII.	Утвърждаване на фирмената култура	11
1.	Лидерство – същност. Лидерски роли и стилове.	
2.	Лидерът – основен структурообразуващ елемент на екипа. Качества на лидера.	
3.	Лидерски умения.	
4.	Личност. Ценности и възгледи. Групова динамика.	
5.	Работа в екип – същност, видове екипи, измерване на ефективността на екипа. Поведение и роли в екипа.	
6.	Конфликти – същност, видове.	
7.	Предпоставки за възникване на конфликти.	
8.	Управление на конфликтите – фази и техники за разрешаване на конфликти.	
VIII.	Самоусъвършенстване и надграждане на професионалната компетентност	11
1.	Разпознаване на възможностите за професионално развитие.	
2.	Определяне на потребностите от обучение, квалификация и преквалификация на персонала.	
3.	Разработване на план-график за тематично обучение на персонала.	
4.	Атестиране на персонала.	
5.	Системи за справедливо заплащане на труда.	
6.	Мотивация на персонала. Вътрешни и външни фактори на мотивацията.	

№	НАИМЕНОВАНИЕ НА РАЗДЕЛИТЕ И ТЕМИТЕ	ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕ И БРОЙ УЧЕБНИ ЧАСОВЕ
7.	Инструменти за мотивация и мотивационни модели.	
8.	Дисциплинарни мерки – видове и прилагане.	
	ОБЩ БРОЙ ЧАСОВЕ:	72

IV. ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ УЧЕНОТО – ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНТНОСТИ

В резултат от обучението ученикът трябва да притежава следните знания, умения и компетентности:

- знания за професионалните ценности и етичните норми в професионалната дейност;
- знания за протокола за общуване;
- знания за проявите на професионален стрес;
- знания за етичните аспекти на конкуренцията в бизнеса;
- знания за проявите на корупция като неетично и незаконно поведение;
- знания за проявите на тормоз на работното място;
- знания за значението на работата в екип;
- знания за основните фактори за ефективна работа в екип;
- знания за специфичните начини на поведение в екипа;
- знания за техники за решаване на конфликти в екипа;
- знания за признаците за възникване на конфликти;
- знания за елементите на фирмената култура;
- знания за същността на фирмената култура;
- знания за механизма на формиране на фирмената култура;
- знания за възможностите за професионално развитие;
- знания за различните мерки за насърчаване на служителите;
- знания за видовете дисциплинарни мерки;
- умения за спазване конфиденциалност в процеса на работа;
- умения за самоконтрол за овладяване на своите настроения при комуникация с граждани и служители;
- умения за прилагане на различни подходи за превенция на професионалния стрес;
- умения за определяне на проявите на тормоз на работното място като несъвместими с етичните и правни норми;
- умения за определяне на проявите на корупция в професионалната си дейност във всичките ѝ форми като незаконни и неетични;
- умения за демонстриране на адекватно поведение в екипа;
- умения за прилагане на техники за решаване на конфликти и вземане на решения;
- умения за прилагане на стратегически мерки за превенция на конфликтни ситуации;
- умения за демонстриране в професионалната си дейност качества, съответстващи на фирмените ценности;

- умения за избор на правилен подход в отношенията с колеги и клиенти в съответствие с фирмените ценности;
- умения за формулиране на разнообразни алтернативни решения на проблемите, по които работи екипът;
- умения за определяне на потребностите от обучение, квалификация и преквалификация;
- умения за организиране на тематични обучения;
- умения за оказване на съдействие на преподавателите в процеса на обучение на персонала;
- умения за насърчаване на обмяна на опит между служителите;
- умения за осъществяване на мониторинг върху работата на служителите;
- умения за правене на предложения за награди;
- умения за правене на предложения за налагане на дисциплинарни мерки (при необходимост и след съгласуване с прекия ръководител);
- компетентности за спазване на професионалните ценности и етичните норми в професионалната дейност;
- компетентности за проявяване на дискретност и уважение в комуникацията с клиенти и колеги, като спазва принципа на конфиденциалност;
- компетентности свързани с моралната отговорност в отношенията с клиенти, колеги и др.;
- компетентности за оценяване ролята на лоялността - поведение, насочено към утвърждаване и подобряване на авторитета и доброто име на организацията;
- компетентности за своевременно търсене на съдействие от прекия си ръководител при възникнали етични дилеми;
- компетентности за работа по надежден начин в екип, като спазва етичните правила;
- компетентности за значението на фирменото облекло като ключов елемент на фирмената култура;
- компетентности за прилагане на ефективно различни подходи в професионалната си дейност за утвърждаване на фирмената идентичност;
- компетентности за определяне на нуждата от постоянно самообучение и подобряване на работния процес;
- компетентности за проявяване на готовност и мотивация за надграждане на професионалните си знания, умения и компетентности;
- компетентности за прилагане на ефективни мерките за повишаване на знанията, уменията и компетентностите на персонала в съответствие с фирмените цели.



ул. "Свобода" № 31
гр. Петрич

тел.: 0882 655 776
e-mail: info-102009@edu.mon.bg

www.pgmet1.com

Утвърдил:

Таня Иванова

Директор на

ПГМЕТ "Юрий Гагарин"

УЧЕБНА ПРОГРАМА
за разширена професионална подготовка
по
ПРАКТИЧНИ ФИНАНСИ
теория
за IX клас

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: КОД 342 „Маркетинг и реклама“

ПРОФЕСИЯ : КОД 342020 „Сътрудник в маркетингови дейности“

СПЕЦИАЛНОСТ: КОД 3420201 „Маркетингови проучвания.“

Учебната програма е разработена с участието на местния бизнес, във връзка с изискванията на чл. 16, ал. 3 от Наредба № 4/ 30.11.2015 г. за учебния план, приет е на заседание на Педагогическия съвет – протокол № 15/ 08.09.2023 г., съгласуван е с обществения съвет към училището – протокол № 8/ 08.09.2023 г. Утвърден е със Заповед на директора № РД 09...6.6.1.08:09.2023

Петрич, 2023

I. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

Учебната програма по **ПРАКТИЧНИ ФИНАНСИ** – теория е предназначена за специалност **3420201 „Маркетингови проучвания.“** от професия **342020 „Сътрудник в маркетингови дейности“** от професионално направление код **342 „Маркетинг и реклама“** от Списъка на професиите за професионално образование и обучение по чл. 6 от Закона за професионалното обучение и образование.

II. ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО ПО УЧЕБНИЯ ПРЕДМЕТ

„Практични финанси“ надгражда и разширява компетентностите, определени с държавния образователен стандарт на общообразователната подготовка и осъществява интердисциплинарни връзки с предмети като технологии и предприемачество, математика, български език и литература, гражданско образование. Цели да предостави на учениците от гимназиален етап знания и практически умения в управлението на личните финанси, които да им помогнат да разберат взаимовръзката между днешните финансови решения и бъдещата финансова свобода.

За да постигнат финансова устойчивост и благоденствие в бъдеще, учениците се запознават със стратегии за управление на парите, включващи теми като заетост и доходи, бюджетиране, спестяване, кредити и дълг, защита на потребителите, разумно потребление, управление на риска и инвестиране. След обучението си учениците ще могат да разпознават начините, по които личните им финанси влияят върху качеството им на живот. Ще разберат как финансовите им избори определят как ще получат това, което искат и това, от което се нуждаят.

III. РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА УЧЕБНОТО ВРЕМЕ

Общият брой часове по учебния предмет **ПРАКТИЧНИ ФИНАНСИ** е записан в типовия учебен план на всяка специалност от професията.

В съответствие с типовите учебни планове е разработен един вариант на учебната програма по предмета.

IX клас – теория

I срок – 18 седмици по 1 час = 18 часа

II срок – 18 седмици по 1 час = 18 часа

Всичко: 36 часа

IV. УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ

№ по ред	Тема на урочната единица	Вид урочна единица	Дата
1	Въведение	1	
2	Роля на домакинствата в икономиката	1	
3	Кръгообразен поток в икономиката	1	
4	Пари	1	
5	Доходи	1	
6	Кариера	1	
7	Висше образование	1	
8	Автомобил	1	
9	Жилище	1	
10	Семейство	2	
11	Държавно управление	1	
12	Публични приходи	1	
13	Публични разходи	1	
14	Осигуровки и данъци	1	
15	Планиране на разходите	1	
16	Обобщение	1	
17	Тест	1	
18	Бюджетиране	3	
19	Спестяване и цели	2	
20	Поемане на дълг	2	
21	Лизинг	1	
22	Застраховане	2	
23	Пенсия	2	
24	Защита на потребителите	1	
25	Подаване на жалби	1	
26	Измами	1	
27	Обобщение	1	
28	Тест	1	
29	Годишен преговор	1	



ул. "Свобода" № 31
гр. Петрич

тел.: 0882 655 776
e-mail: info-102009@edu.mon.bg

www.pgmet1.com

Утвърдил:
Таня Иванова
Директор на
ПГМЕТ "Юрий Гагарин"

УЧЕБНА ПРОГРАМА
за разширена професионална подготовка
по
РАЗРАБОТВАНЕ НА БИЗНЕС ПРОЕКТ
учебна практика
за IX клас

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: КОД 342 „Маркетинг и реклама“

ПРОФЕСИЯ : КОД 342020 „Сътрудник в маркетингови дейности“

СПЕЦИАЛНОСТ: КОД 3420201 „Маркетингови проучвания.“

Учебната програма е разработена с участието на местния бизнес, във връзка с изискванията на чл. 16, ал. 3 от Наредба № 4/ 30.11.2015 г. за учебния план, приет е на заседание на Педагогическия съвет – протокол № 15/ 08.09.2023 г., съгласуван е с обществения съвет към училището – протокол № 8/ 08.09.2023 г. Утвърден е със Заповед на директора № РД .09....661/08.09.2023г

Петрич, 2023

I. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

Учебната програма е предназначена за „Маркетингови проучвания.“

по професия „Сътрудник в маркетингови дейности“ от Списъка на професиите за професионално образование и обучение по чл. 6 от Закона за професионалното образование и обучение. Учебната програма включва теми, показващи алгоритъма на разработване на бизнес проект и ги подготвя за успешно преминаване на практическия държавен изпит по специалността. Учебното съдържание в учебната програма е разпределено в девет основни раздела, а към всеки раздел има теми по които се работи в часовете по бизнес проект.

II. ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО ПО УЧЕБНИЯ ПРЕДМЕТ

Основната цел на обучението по предмета **разработване на бизнес проект - учебна практика** е да формира у учениците умения за прилагане на теорията в практиката и креативно, аналитично мислене при проектиране дейността на реално действаща фирма. Те трябва да умеят да анализират политическата, икономическата и юридическа среда, в която ще работи фирмата от съответния бранш. Да умеят да предвидят възможностите и заплахите за фирмата на база направените от тях маркетингови проучвания. Да разкрият работни места, като предвидят подбор и наемане на персонал според формираната от тях организационна структура. Да изготвят трудови договори и длъжностни характеристики за предвидения персонал. Да оформят прогнозни парични потоци, отчет за приходи и разходи и баланс /начален и краен/.

III. УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ

Общият брой часове по учебния предмет **разработване на бизнес проект – учебна практика** е записан в типовия учебен план на всяка специалност от професията „Сътрудник в маркетингови дейности“

В съответствие с типовите учебни планове е разработен вариант на учебната програма по предмета.

IX клас

I срок

18 седмици по 3 часа = 54 часа

II срок

18 седмици по 3 часа = 54 часа

Общо

108 часа

№ По ред	ТЕМИ	Общо часове
I	Въведение в обучението по бизнес проект	4
1	Значение на проекта	
2	Роля на проекта	
3	Избор на дейност	
4	Избор на правна форма	
II	Увод в бизнес проекта	4
1	История на фирмата	
2	Правна форма на фирмата	
3	Анотация – основни цели, причини за разработване на БП	
4	Мисия на фирмата	
III	Анализ на бизнес средата	16

1	Анализ на конкуренцията – основни конкуренти и техния пазарен дял	
2	Проучване на клиенти - съставяне на анкета и провеждане на маркетингово проучване	
3	Анализ на доставчиците – доставчици на основни суровини, материали, продукти, оборудване, консумативи.	
4	SWOT-анализ - анализ на силните и слаби страни на фирмата, на възможностите и рисковете от външната среда.	
5	PEST-анализ - анализ на политическите, икономическите, социалните и технико-технологични фактори от външната среда, влияещи върху дейността на фирмата.	
IV	Дейности и продукти	8
1	Фирмена дейност - основния предмет на дейност и всички останали съпътстващи дейности, осъществявани във фирмата.	
2	Фирмен продукт - описание на фирмените продукти/ продуктовия асортимент/ в пълния им състав, които фирмата произвежда и предлага за продажба.	
3	Мисия на фирмата – визия, цели, задачи, лого	
4	Производствена технология - оборудване, патент, лиценз. Дава се алгоритъмът на производствения и търговския процес до пълната реализация на продукта.	
V	Организация и управление на дейността на фирмата	16
1	Структура на капитала на фирмата – собствен, дълготрайни активи, краткотрайни активи	
2	Подбор на персонала – състав на персонала	
3	Наемане на персонала – заявка, конкурси, интервюта	
4	Длъжностни характеристики - изготвят се за всяка длъжност във фирмата /могат да се дадат и в приложение/	
5	Трудови договори	
6	Организационно-управленска структура	
7	Персонален мениджмънт	
VI	Маркетингови стратегии	14
1	Продуктова политика - продуктови стратегии на база жизнен цикъл на продуктите във фирмата, на база БКГ-матрицата и на база матрицата на Игор Ансоф	
2	Ценова политика – формиране на средна продажна цена. Ценоразпис	
3	Дистрибуционна /пласментна/ политика - посочват се каналите за дистрибуция, посредниците и дистрибуционните стратегии.	
4	Стимулираща политика – предлагат се варианти на реклами и използваните рекламни канали, методи на PR, насърчения за търговци, , насърчения за крайни потребители, методи на лична продажба.	
VII	Планиране на фирмената дейност	10
1	Планирането – основна функция на управление	
2	Стратегическо планиране – дългосрочни цели на фирмата	
3	Тактическо планиране – средносрочни цели на фирмата	
4	Оперативно планиране – задачите за седмица, месец, срок и отговорник.	
5	Рискове, анализ на риска	
VIII	Финансиране на фирмената дейност	24
1	Потребност от финансиране	
2	Вътрешно и външно финансиране	

3	Инвестиране	
4	Финансово-счетоводен анализ	
5	Парични потоци	
6	Икономически показатели	
IX	Заклучение	12
1	Изводи, предложения	
2	Използвана литература и други помощни материали и сайтове.	
3	Приложения - каталог, рекламни материали, лого, проспекти, дигитални, флаери	
4	Защита на проекта	
	Общо	108

IV. ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ УЧЕНОТО – ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНТНОСТИ

В края на обучението учениците трябва да знаят:

1. Методиката и етапите за изработване на бизнес плана
2. Възможните стратегии за развитие на предприятието
3. Организационната управленска структура
4. Стилите на ръководство
5. Методите и изискванията за подбор на персонала
6. Формите на финансиране и инвестиране
7. Стратегиите за навлизане на пазара.
8. Основните икономически показатели за оценка на състоянието на предприятието.

В края на обучението учениците трябва да умеят да:

1. Да анализират възможностите на обкръжаващата среда.
2. Да организират и провеждат маркетингово проучване
3. Да обобщават и правят изводи
4. Да разработват продуктова, пласментна, ценова и рекламна политика.
5. Да организират дейността на фирмата.
6. Да планират и прогнозираят дейността.
7. Да анализират икономическите показатели.
8. Да оценяват възможностите за развитие на фирмата

VI. ЛИТЕРАТУРА

1. Каменов, Д. Стратегическо бизнес планиране, ИИОМ "ОКОМ", С., 2008.
2. Дончев Д., Лалева, Ц. колектив. Икономика на предприятието, I, II част, Мартилен, 2012.
3. Щерев, Н. Маркетинг и реклама, Мартилен, 2009.
4. Доганов, Д. Младенов, З. Маркетинг, ИК "Люрен" 1999.
5. Тодоров, К. Предприемачество и мениджмънт, Мартилен, 2009.
6. Славова, И. Бизнесплан, изд. "Тилия" 2000.



ул. "Свобода" № 31
гр. Петрич

тел.: 0882 655 776
e-mail: info-102009@edu.mon.bg

www.pgmet1.com

Утвърдил:
Таня Иванова
Директор на
ПГМЕТ "Юрий Гагарин"

УЧЕБНА ПРОГРАМА
за разширена професионална подготовка
по
ПРОФЕСИОНАЛНО ОБСЛУЖВАНЕ И РАБОТА С КЛИЕНТИ
УЧЕБНА ПРАКТИКА
за IX клас

ПРОФЕСИОНАЛНО НАПРАВЛЕНИЕ: КОД 342 „Маркетинг и реклама“

ПРОФЕСИЯ : КОД 342020 „Сътрудник в маркетингови дейности“

СПЕЦИАЛНОСТ: КОД 3420201 „Маркетингови проучвания.“

Учебната програма е разработена с участието на местния бизнес, във връзка с изискванията на чл. 16, ал. 3 от Наредба № 4/ 30.11.2015 г. за учебния план, приет е на заседание на Педагогическия съвет – протокол № 15/ 08.09.2023 г., съгласуван е с обществения съвет към училището – протокол № 8/ 08.09.2023 г., Утвърден е със Заповед на директора № РД 09-661/08.09.2023 г.

Петрич, 2023

I. ОБЩО ПРЕДСТАВЯНЕ НА УЧЕБНАТА ПРОГРАМА

Учебната програма по **професионално обслужване и работа с клиенти – учебна практика**, е предназначена за специалност КОД 3420201 „Маркетингови проучвания.” от професия код 342020 „Сътрудник в маркетингови дейности” от професионално направление код 342 „Маркетинг и реклама” от Списъка на професиите за професионално образование и обучение по чл. 6 от Закона за професионалното образование и обучение. Обучението по предмета се осъществява във взаимовръзка с учебните предмети от отрасловата и специфичната подготовка. Учебното съдържание по **професионално обслужване и работа с клиенти – учебна практика**, има за цел да представи комплекса от основни знания в областта на комуникацията и прилагането на етичните норми и ценности по време на работата с клиенти във всички сфери на услугите и ефективното предлагане на продукти и услуги чрез презентиране на организацията, което да е основа за придобиване на цялостна представа на учениците за особеностите и изисквания за работата с клиенти. Обучението по **професионално обслужване и работа с клиенти – учебна практика**, се организира чрез активно включване на ученика в учебния процес и чрез последователно изпълнение на учебното съдържание. Учебното съдържание е подходящо за прилагане на самостоятелна работа, казуси, дискусии и други активни методи на обучение, чрез които може да се постигне по-пълно осмисляне и ефективно усвояване на изучавания материал, както и творческо прилагане на наученото в различни ситуации от практиката.

II. ЦЕЛИ НА ОБУЧЕНИЕТО ПО УЧЕБНИЯ ПРЕДМЕТ

Основната цел на обучението по учебния предмет професионално обслужване и работа с клиенти – учебна практика, е да формира основни знания и умения за работа с клиенти, професионална и ефективна комуникация. Съдържанието е структурирано така, че да усвоят обучаваните умения да разговарят и да се изслушват, да се справят с конфликтни ситуации, да спазват правилата за конфиденциалност, да познават основните принципи на Етичния кодекс, да изготвят план графици, които да умеят да управляват. Учениците трябва да познават и прилагат законовите и нормативни изисквания за защита на личните данни и тези, насочени към потребителите, когато събират информация с цел обслужването на клиенти.

III. УЧЕБНО СЪДЪРЖАНИЕ

Разпределение на учебното време

Общият брой часове по учебния предмет **професионално обслужване и работа с клиенти – учебна практика**, е определен в типовите учебни планове за съответната специалност в специфичната професионална подготовка.

IX клас

I срок

18 седмици по 2 часа = 36 часа

II срок

18 седмици по 2 часа = 36 часа

Общо

72 часа

№	НАИМЕНОВАНИЕ НА РАЗДЕЛИТЕ И ТЕМИТЕ	ПРЕПОРЪЧИТЕЛЕ И БРОЙ УЧЕБНИ ЧАСОВЕ
I.	Основи на комуникацията	8
1.	Същност и роля на комуникацията. Основни принципи и правила	

2.	Ораторски възможности. Умението да водим преговори	
3.	Умението да слушаме и да задаваме въпроси.	
4.	Модели на общуване и възприемане на информацията	
5.	Правила за комуникация с различни психологически типове	
6.	Личностни изисквания към служителите на работното място	
II.	Организационна култура в организацията	5
1.	Организационна култура и влиянието ѝ върху личността на отделния индивид - ценности и поведения, които допринасят за психологическа атмосфера в организацията	
2.	Различни типове организационна култура, преимущества и недостатъци на многонационална организационна култура	
3.	Разлики между мултикултурна и монокултурна организация	
III.	Професионално общуване с клиенти	6
1.	Етичен кодекс в организацията. Професионален етикет	
2.	Протокол на общуване при посрещане и обслужване на гости, посетители и клиенти. Учтивост към клиента – основни принципи	
3.	Компетентно общуване с колеги, партньори, доставчици, куриерски служби	
4.	Правила за защита на личните данни. Конфиденциалност на информацията	
IV.	Графици и събития	6
1.	Планиране на времето – времето като икономическо благо и ключов ресурс	
2.	План график – същност, видове, значение, възможни отклонения и контрол	
3.	Изготвяне на план график. Записване на дейностите, преценка на необходимото време, предвиждане на резервно време	
4.	Организационна работа – провеждане на срещи и събития. Правила за водене на представителни форми на общуване – съвещания, събрания и работни срещи	
V.	Работа с клиенти	16
1.	Дефиниране на клиента и неговите нужди. Подход и мотивация	
2.	Видове клиенти. Случайни и постоянни клиенти.	
3.	Обслужване на клиенти – дефиниция и значение. Обратна връзка.	
4.	Основни качества на специалиста по обслужване на клиенти	
5.	Визия, мимики, език на тялото	
6.	▪ Глас. Специални думи. Управление на разговора	
7.	Обслужване на клиенти по телефон. Процес от приемане на заявка до цялостно решаване на проблема	
8.	Обслужване на клиенти по имейл. Процес от приемане на заявка до цялостно решаване на проблема	
9.	Обслужване на клиенти при пряк контакт. Процес от приемане на заявка до цялостно решаване на проблема	
10.	Административно обслужване на физически и юридически лица – разлики в изискваната документация	
11.	Ролята на мениджъра за създаване на атмосфера за добро обслужване и работен екип	
12.	Специални ситуации. Оплаквания от клиенти. Работа с проблемни клиенти	

13.	Техники за разрешаване на конфликтни ситуации. Контрол и самоконтрол на личността на работното място	
14.	Надграждане на професионалната компетентност и развитие на личността	
VI.	Професионално общуване и работа с клиенти	4
1.	Професионално общуване с клиенти – преговор	
2.	Работа с клиенти – преговор	
VII.	Маркетингово проучване на клиенти	17
1.	Стратегии за изследване на пазара и привличане на клиенти	
2.	Анализ на търсенето и предлагането на пазара на клиенти и избор на възможности за организацията	
3.	Използвани методи за проучвания – наблюдение, експеримент и анкета	
4.	Анкета за проучване мнението на потенциалните клиенти	
5.	Анализ на получените резултати от анкетните карти	
6.	Решения за въвеждане на новости и подобрения след анализ на анкетните карти	
7.	Стратегиите за реклама на организацията	
8.	Методи за провеждане на маркетингови мероприятия	
VIII.	Умения за професионално обслужване с клиенти	10
1.	Техники за презентирание на новини (дискусии, казуси и презентации)	
2.	Техники за убеждаване при разговори с клиенти (дискусии, казуси и презентации)	
3.	Техники за презентирание на продуктите и услугите на организацията (дискусии, казуси и презентации)	
4.	Форми на обучение на персонала	
5.	Оценка на персонала. Изготвяне на атестационна карта	
6.	Обсъждане на културните фактори (ценности, навици, норми, вярвания, нагласи) и влиянието им върху организацията, дейностите и членовете ѝ	
7.	Дискусия за харесването, властта и авторитета на личността	
8.	Възгледи за потребностите и мотивите на личността към трудова дейност	
	ОБЩ БРОЙ ЧАСОВЕ	72

iv. ОЧАКВАНИ РЕЗУЛТАТИ ОТ УЧЕНЕТО – ЗНАНИЯ, УМЕНИЯ И КОМПЕТЕНТНОСТИ

В резултат от обучението ученикът трябва да притежава следните знания, умения и компетентности:

- знания за правилата за вежливо посрещане, представяне и обслужване на клиентите на организацията;
- знания за ефективната комуникация с клиентите;
- знания за цялостната концепция на организацията;
- знания за времето като ресурс и неговото планиране;
- знания за моделите и техники за презентирание на продукти и услуги на организацията;
- знания за културните фактори и влиянието им върху организацията;
- умения за поддържане на комуникация с колеги и клиенти;
- умения за използване на подходящ стил, език и тон в комуникацията;

- умения за активно слушане, без да прекъсва събеседника си и да задава отворени въпроси;
- умения за обслужването на клиенти по телефон, имейл и при пряк контакт;
- умения за използване на техники за убеждаване при разговори с клиенти;
- умения да използва различни методи за обучение на персонала;
- умения за разработване на анкета или друг тип проучване;
- умения за самоконтрол и професионално развитие на личността;
- компетентности за вземане на взаимноизгодни решения;
- компетентности за изготвянето на план графици на организацията и тяхното управление;
- компетентности за прилагане на невербални похвати при представянето на организацията;
- компетентности за работа с рекламни материали;
- компетентности за прилагане на новости с цел привличане на клиенти;
- компетентности за провеждане на маркетингови мероприятия;
- компетентности за преодоляване на конфликтни ситуации на работното място.