Главное управление по образованию
Могилевского областного исполнительного комитета

Учреждение образования «Бобруйский государственный
торгово-экономический колледж»

СЦЕНАРНАЯ РАЗРАБОТКА
внеучебного мероприятия «Я продавец»

Разработал:
мастер производственного
обучения учреждения
образования первой
квалификационной категории
Казак Н.Ю.

Бобруйск
2025

Сценарий внеучебного мероприятия «Я продавец»

Организатор: мастер производственного обучения учреждения образования Казак Н.Ю.

Дата и время проведения:25.03.2025.

Общее время проведения пресс-конференции: 50 минут.

Основная цель:

Формирование коммуникативной культуры, повышение уровня культурного общения, выработка коммуникативных умений способствующая эффективному межличностному взаимодействию;

Развитие готовности к коммуникации, сотрудничеству и взаимопониманию.

Задачи:

привлечение внимания к профессии продавец;

развитие навыков и умений строить эффективную речевую деятельность;

минимизация употребления ненормативной лексики в процессе межличностных взаимодействий;

развитие умений преодолевать трудности и коммуникативные барьеры.

Предполагаемый состав участников:

Учащиеся учебных групп 122,222,123,224

Приглашенные учащиеся школ.

Место проведения: Учреждение образования «Бобруйский государственный торгово-экономический колледж» кабинет № 23

Форма проведения: «Пресс-конференция» – форма информационного часа с элементами ролевой игры. Участники пресс-конференции − «журналисты» и «фотокорреспонденты» − интервьюируют докладчика, выступающего в роли продавцов. Проводится в виде мини-шоу, но с серьезным содержанием.

Этапы подготовки информационного часа

1. Определение темы информационного часа. Информационные часы проводятся по тематике, утвержденной заместителем директора по учебно-воспитательной работе, в соответствии с основными направлениями идеологической и воспитательной работы, определенными программно-планирующей документацией воспитания, инструктивно-методическими

письмами Министерства образования Республики Беларусь и другими документами.

Планирование тематики информационных часов рекомендуется осуществлять заранее, с учетом актуальных событий в стране, в мире, интересов учащейся молодежи. При необходимости тематический план проведения информационного часа корректируется в зависимости от значимости тех или иных проблем, вопросов, мероприятий, акций.

2. Определение цели и формата. Необходимо максимально конкретно сформулировать цель: какую информацию необходимо донести до молодежи? От ответа будет зависеть формат мероприятия: концепция, время проведения и длительность, роли в команде, оформление зала, звуковое сопровождение.

3. Планирование и проектирование мероприятия. При планировании осуществляется подбор форм (рубрик) проведения мероприятия, его содержание. Сначала готовится список главных задач, которые максимально детализируется в виде конкретных шагов.

4. Распределение зон ответственности. Определение ответственных и исполнителей для каждой рубрики, с учетом умений, способностей и интересов учащихся. Очень важно распределить задачи и ответственность между членами команды не только на этапе подготовки, но и во время проведения мероприятия. Целесообразно обеспечить всю команду планом с распределением обязанностей.

При подготовке информационного часа рекомендуется вовлечение информационных секторов органов самоуправления учреждения образования, а также привлечение максимального числа учащейся молодежи к различным формам активности при подготовке мероприятия.

Информационное наполнение рубрик должно быть направлено на всестороннее раскрытие выбранной темы. Разработка вопросов, конкретизирующих тему, подбор актуальных материалов по теме, информационное и методическое обеспечение.

6. Разработка сценария, подготовка оформления, раздаточных материалов.

7. Выбор ведущих (модераторов), способных заинтересовать сверстников, сфокусировать их внимание на определенной проблеме.

8. Разработка материалов для обратной связи. Обратная связь может быть в форме распечатанных оценочных листов, заполняемых в конце события, или в форме онлайн-опроса, отзывов посредством социальных сетей, видео-отзывов в конце мероприятия. Вопросы могут оценивать разные аспекты: форму проведения мероприятия, содержание, выступающих и работу организаторов.

10. Проведение мероприятия.

11. Анализ и рефлексия. Проведение анализа о ходе и результатах мероприятия поможет избежать ошибок в будущем и улучшить качество проведения последующих информационных часов.

Использование современных, креативных, интерактивных форм мероприятия привлекает внимание к обсуждаемой теме. Использование исследовательских материалов, тематических фотоколлажей, видеосюжетов, листовок, разработанных самими молодыми людьми, значительно повышает интерес к освещаемой проблеме, способствует всестороннему исследованию поставленной проблемы в дальнейшем, побуждает к ее обдумыванию, аргументированию собственного мнения.

Ход пресс-конференции:

Ведущий открывают пресс-конференцию, сообщает о количестве присутствующих, представляет редакцию газеты «Большая перемена» и гостей конференции.

Объявляет тему пресс-конференции и регламент выступления – 5 минут.

Представление участников конференции.

Ведущий: Добрый день! Я рада приветствовать всех, кто пришел принять участие в пресс-конференции, тема которой «Я продавец». Пресс-конференция - это собрание для прессы. Его проводят, чтобы сообщить журналистам важную информацию. В пресс-конференции участвуют:

- гости - это будущие специалисты- продавцы учащиеся колледжа;
- журналисты – учащиеся школ;
- ведущий.

На конференции мы постараемся осветить вопросы «Значимость профориентации для учеников школ?», «От чего зависит выбор жизненного пути?», «Кто такой продавец?», «Какие сложности у профессии продавца?», «За что несет ответственность продавец и какие имеет права?», «Какими качествами должен обладать продавец?» и др.

Пришло время начать игру. Передаю слово ведущему (имя, фамилия).

(К доске выходят учащиеся колледжа, которые будут рассказывать о профессии продавец.)

У нас в гостях люди, которые сделали этот нелегкий выбор. Знакомьтесь (представляет «гостей»).

На пресс-конференции присутствуют корреспонденты газет, радио и телевидения - все, кого затрагивает эта животрепещущая тема. В начале пресс-конференции я даю слово гостям. Прошу кратко рассказать о выбранной профессии.

(«Гости» по очереди высказываются.)

Гость №1: Сегодня я хочу рассмотреть один очень актуальный, на мой взгляд, вопрос для многих присутствующих, это значимость профориентации. Известно, что 13-17 лет – наиболее благоприятный период для выбора профессии. Выбор жизненного пути зависит не только от способностей, но и от личных качеств: как мы думаем, как решаем задачи, относимся к трудностям. Важно помнить, что профессия, как правило, выбирается на всю жизнь.

На что же опираются выпускники при выборе будущей профессии:

1. Престижность профессии – как правило, выбирают дети из обеспеченных семей, которые по поводу предстоящего заработка не беспокоятся. В список престижных специальностей входят те, которые имеют отношение к творчеству и международным отношениям: это журналистка, реклама и PR, международная экономика, политология, эстрада, дизайн… и т.п.
2. Стабильность - Этот принцип подразумевает гарантированное трудоустройство и постоянную востребованность на рынке труда. К числу таковых, можно отнести профессии госструктуры – социологи, налоговые инспекторы, специалисты муниципального управления.
3. Перспективность. Ориентация на нужность обществу, спрос на специалистов различных топовых направлений. Сейчас первые строчки рейтинга занимают профессии, связанные с компьютерными технологиями, сферой гостиничного хозяйства и туризма, логистика, телекоммуникации, страховое дело…
4. Денежность. Большинство абитуриентов выбирает специальность, исходя из будущего уровня доходов. По утверждению психологов, это выбор ребят, которые страдали от недостатка средств из-за изменения экономических условий в нашей стране. Лидерами по «денежной» шкале являются, конечно, бухгалтеры, юристы и менеджеры.
5. Личная увлеченность. Критерий имеет место быть, но он не постоянен, так как увлечения могут меняться в течение жизни.
6. Востребованность. Так же непостоянный критерий, так как рынок труда не стоит на месте.

Гость № 2: Давайте напомним нашим слушателям, какие у продавца должностные обязанности:

Продавец относится к категории рабочих и подчиняется директору магазина, назначается на должность и освобождается от нее приказом директора.

Для работы продавцом нужно высшее или среднее специальное образование без стажа работы или общее среднее образование со стажем работы от двух лет.

Продавец должен знать:

локальные нормативные акты общего характера и по функциональному направлению деятельности, трудовое и гражданское законодательство;

товароведение, свойства и качественные характеристики товаров;

стандарты и технические условия хранения товаров;

правила обслуживания покупателей;

порядок оформления помещений и витрин;

основы социальной психологии;

правила техники безопасности и санитарии, противопожарной безопасности.

Продавец должен уметь:

общаться с покупателями, помогать им в выборе товара;

размещать и выкладывать товары по группам, учитывая их соседство, частоту спроса и удобства работы;

разрешать конфликтные ситуации.

Трудовые функции

Организация хранения и выкладки товара, его предпродажная подготовка.

Обслуживание покупателей.

Гость № 3:

Должностные обязанности

Продавец обязан:

опрятно выглядеть, носить фирменную одежду и бейдж со своим именем;

находиться в течение рабочего времени на рабочем месте, покидать его только в случае замены другим продавцом и с согласия администратора магазина;

вежливо консультировать покупателей, помогать им в подборе товара;

следить за тем, чтобы не было очередей на кассе;

выгружать товар, сверять по актам приема-передачи, осматривать его и проверять наименование, количество, комплектность, сортность, цену, соответствие маркировке;

сообщать администратору магазина о бракованных или испорченных товарах;

выкладывать и размещать товары в зале продаж;

упаковывать товар для продажи, обменивать товар;

контролировать наличие товаров в торговом зале, проверять их качество и сроки годности, наличие и соответствие маркировок, ценников на них;

соблюдать чистоту и порядок на рабочем месте.

Права

Продавец вправе:

запрашивать у руководителя информацию и нормативно-правовые документы для выполнения должностных обязанностей, разъяснения и уточнения по выданным поручениям;

запрашивать у руководителя и других работников документы для выполнения должностных обязанностей;

разрабатывать и вносить на рассмотрение руководителя предложения по организации труда в рамках своих должностных обязанностей;

знакомиться с решениями руководства, касающимися его должностных обязанностей, и документами, содержащими оценку его деятельности, и давать по ним обратную связь.

Если говорить про профессию продавца, то помимо должностных обязанностей не стоит забывать основное, что это прямое общение с покупателями.

Ведущий: Все наши гости выступили, и мы переходим к вопросам. Просьба, задавая вопрос, называть свое имя и издание. Первый вопрос, корреспондент журнала «Молоток».

(«Журналисты» поднимают руки, ждут приглашения ведущего, встают, называют свое имя, фамилию, издание и задают вопрос кому-то из гостей.)

Примерные вопросы «журналистов»:

1. Почему ты выбрал именно эту профессию?
2. Кто влиял на твой выбор?
3. Это дело тебе по плечу?
4. Какие качества характера нужны для этой профессии?
5. Есть ли у тебя способности для выбранной профессии?
6. Пользуется ли спросом эта профессия на рынке труда?
7. Полезна ли эта профессия для общества?
8. Где можно обучиться этой профессии?
9. Где ты будешь работать?
10. Много ли будешь получать?
11. Не жалеешь ли, что уходишь из школы?
12. Родители поддерживают твой выбор?
13. Собираешься ли ты продолжать образование в институте?
14. Какой карьерный рост может быть в этой профессии?

Ведущий: Пресс-конференция подходит к концу. Наши гости дали исчерпывающие ответы на все вопросы журналистов.

Привлекательность, значимость и современность будущей профессии, высокий уровень заработка, «модность» специальности, все это мечты будущих специалистов, а в какой отрасли можно стать настоящим профессионалом школьники старших классов могут только представить.

Познакомившись, мы пришли к выводу, что Люди, добившиеся успеха в чём-либо, способны рассказать о профессиональной реальности без прикрас и дать конкретные советы, показать на практике особенности и возможности той или иной специальности.

Подведение итогов. Рефлексия.

Ведущий: Найти себя - значит понять свое призвание, назначение, определить свои интересы, склонности. Как вы думаете, можно ли сделать это быстро, допустим, в день окончания школы? (Дети высказывают свои мнения.)

Действительно, поиски себя - это длительный процесс. И он может продолжаться всю жизнь. Однако в какой-то момент приходится делать выбор. Если ты не знаешь, чего хочешь, берись за любое дело и делай его с максимальной отдачей. А в труде обязательно найдешь себя и свое счастье.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Молодежная среда в современном обществе достаточно динамична, она постоянно находится под воздействием многочисленных каналов средств массовой коммуникации, влияющих на формирование ценностных установок и образов поведения молодежи. Молодежь быстрее адаптируется к новым условиям жизни, легче включается в информационные сети, овладевает их технологиями.

Подготовка информационного часа с широким привлечением самих обучающихся, проведение информационной работы в интересных для них формах позволяет значительно повысить эффективность проводимых мероприятий.

Коммуникативные навыки способствуют успешной реализации учащихся не только в общественной жизни колледжа, но и в профессии продавец. Правильно, грамотно построенная речь способствует расположению к себе покупателя и установления с ним доверительного межличностного контакта при консультации и продаже товара. Учащиеся активно участвовали в пресс-конференции, отвечали на вопросы по теме; высказывали свое мнение и аргументировали его.

У обучающихся групп 122,222 коммуникативные навыки развиты в полной мере, что было продемонстрировано в ходе пресс-конференции, у учащихся групп 123,224 уровень культурного и коммуникативного общения сформирован, но не на достаточном уровне, имеется скованность в общении, неумение сформулировать свою точку зрения.