

**E. pardavėjo-konsultanto**

**modulinė profesinio mokymo programa, IV lygis**

**Teorinių ir praktinių užduočių**

**mokinio sąsiuvinis**

Teorinių ir praktinių užduočių mokinio sąsiuvinis parengtas įgyvendinant iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų bendrai finansuojamą projektą „Lietuvos kvalifikacijų sistemos plėtra (I etapas)“ (projekto Nr. 09.4.1-ESFA-V-734-01-0001).

Teorinių ir praktinių užduočių mokinio sąsiuvinio (E. pardavėjo-konsultanto modulinė profesinio mokymo programa, IV lygis) autoriai patvirtina, kad šiame teorinių ir praktinių užduočių mokinio sąsiuvinyje pateiktos užduotys nepažeis autorių, kurių kūriniai naudojami, teisių ir visa užduotims rengti ir iliustruoti naudota literatūra ir šaltiniai yra pateikti sąsiuvinio gale.

Teorinių ir praktinių užduočių mokinio sąsiuvinio autoriai:

Dr. Renata Veršinskienė

Nijolė Grybauskienė

Mindaugas Bartkus

Dalius Mockevičius

**Modulis „Įvadas į profesiją“**

# *TESTAS ĮSIVERTINTI GEBĖJIMAMS PRIEŠ PRADEDANT MOKYTIS*

1. Paaiškinkite, kas yra elektroninis verslas?

2. Paaiškinkite, kas yra elektroninė prekyba?

3. Kokiose įmonėse ar institucijose gali dirbti asmenys, įgiję e. pardavėjo-konsultanto kvalifikaciją?

4. Kokie yra pagrindiniai teisės aktai, reglamentuojantys e. verslą?

5. Kokiossvarbiausios asmeninės savybės reikalingos e. pardavėjui-konsultantui?

*(įvardinkite bent penkias savybes)*

1...............................................................................................................................................................

2.

3.

4.

5.

6. Kokiesvarbiausi gebėjimai reikalingi e. pardavėjui-konsultantui?

*(įvardinkite bent penkis gebėjimus)*

1.

2.

3.

4.

5.

7. Ką turi mokėti e. pardavėjas-konsultantas? *(įvardinkite bent penkis)*

1.

2.

3.

4.

5.

8. Kokie pagrindiniai kvalifikacijos reikalavimai keliami e. pardavėjui-konsultantui?

1. užsienio kalbų žinios;
2. ekonomikos pradmenys;
3. vairavimo įgūdžiai;
4. e. pardavėjo-konsultanto kvalifikacija;
5. darbo patirtis e. prekybos srityje;
6. sveikatos žinių pažymėjimas;
7. kompiuterinis raštingumas.

9. Kokių asmeninių savybių tobulinimas labiausiai padeda ugdyti verslumo įgūdžius?

1. optimizmo;
2. emocionalumo;
3. tolerancijos;
4. užsispyrimo;
5. taupumo;
6. tikslo siekimo;
7. kūrybingumo;
8. savęs pažinimo;
9. planavimo;
10. iniciatyvumo;
11. mokėjimo mokytis.

10. Vaizdų formatas, tinkamas išsaugoti vaizdams, yra:

1. jpg;
2. ppt;
3. doc.

11. Kuris monitoriaus parametras gali turėti didžiausios įtakos kompiuteriu dirbančio žmogaus akių nuovargiui?

1. ekrano įstrižainės matmenys;
2. ekrano kadrų skleidimo dažnis;
3. ekrano šviesumo rodikliai.

12. Žinome, kad pašto programose būna aplankas Juodraščiai (Drafts). Kam skirtas šis aplankas?

1. nepageidautiniems laiškams (spam) laikyti;
2. pradėtiems rašyti, bet dar neišsiųstiems laiškams laikyti;
3. gautiems laiškams, kurių siuntėjų adresai nėra įtraukti į adresų knygą, laikyti.

13. IP adresas – tai:

* 1. į tinklą įjungto kompiuterio skaitmeninis vardas;
  2. kompiuterio procesoriaus identifikavimo numeris;
  3. internetu persiunčiamų duomenų protokolo vardas.

14. Srities vardas (Domain name) – tai:

* 1. žmogui skirtas pavadinimas, susietas su skaitmeniniu IP adresu;
  2. serveriui skirtas pavadinimas, susietas su skaitmeniniu IP adresu;
  3. pavadinimas, susietas su šalies pašto kodu.

15. Kaip užregistruoti sritį (domain name)?

1. su prašymu užregistruoti sritį (domain name) kreiptis į Valstybės įmonę Registrų centras;
2. pasinaudojant talpinimo paslaugas teikiančios firmos pasiūlymais;
3. pasinaudojant talpinimo paslaugas teikiančios firmos pasiūlymais arba gaunant jį tiesiai iš registratoriaus.

16. Elektroninės prekybos dalyviai yra:

1. vartotojai, gamybos proceso dalyviai ir siuntų pristatymo įmonė;
2. verslininkai, vartotojai ir Lietuvos Respublikos įstatymas;
3. pardavėjas, pirkėjas bei elektroninės prekybos tarpininkai.

17. Atsiskaitymų internetu privalumai:

1. greitas prekės pristatymas, apriboti pavedimai, ribotas prekių kiekis;
2. prekyba visą parą, pirkimo / pardavimo procesų automatizavimas;
3. apribota prekyba (iki 18 val.), vartotojas pinigus perduoda kurjeriu.

18. Elektroninių paslaugų rūšys:

1. elektroninė bankininkystė, elektroninė parduotuvė, elektroninė rinkodara;
2. draudimas, nekilnojamojo turto operacijos, leidybos paslaugos, elektroninė medicina, elektroninė bankininkystė;
3. leidybos operacijos, socialiniai tinklai, informacijos paieška.

19. Norint plėtoti elektroninės parduotuvės verslą reikia:

1. turėti vartotojo duomenis, prekių asortimentą, turėti interneto tinklą, turėti įstatinį kapitalą;
2. nustatyti vartotojų poreikius, sukurti prekių katalogą, pasirašyti bendradarbiavimo sutartį su tiekėjais, sukurti strategiją;
3. turėti produktų katalogą tinkle, pildyti užsakymus internetu, saugiai priimti apmokėjimus, nusiųsti prekes pirkėjui, valdyti pirkėjo duomenis.

20. Kuriai elektroninio verslo rūšiai priklauso elektroninė prekyba?

1. elektroninių žinių valdymui;
2. elektroniniam finansų valdymui;
3. elektroninei komercijai.

21. Kuris iš išvardintų teiginių apibūdina e. prekybos privalumą:

1. siaura vieta populiarinant prekinį ženklą;
2. nėra jokių principinių verslo vietos ir laiko apribojimų verslui plėtoti;
3. informacija keičiasi ne akimirksniu.

22. Kuris iš išvardintų teiginių apibūdina e. prekybos trūkumą:

1. kiekvieno kliento veiksmo fiksavimas;
2. padeda diferencijuoti produkciją, pritaikyti ją konkrečiam klientui;
3. muito mokesčiai, persiuntimo išlaidos, kurios priklauso nuo vietos pasaulyje.

23. Kurias iš čia išvardintų prekių elektroninėje erdvėje pardavėjas gali nepriimti kaip grąžinamas?

* 1. kūdikių drabužėlius, žaislus, kosmetiką;
  2. smulkią buitinę techniką, avalynę;
  3. viršutinius rūbus, sporto reikmenis.

24. Teiginys, neapibūdinantis skaitmeninio vartotojo:

1. daug pinigų, mažai laiko;
2. lėtėjantis gyvenimo tempas;
3. išaugęs technologijų naudojimas.

25. Reklamos priemonė savo populiarumu nenusileidžianti elektroninei reklamai:

1. televizija, spauda;
2. spauda, lauko (išorinė) reklama;
3. spausdinta, vitrinų reklama.

26. Viena iš verslo funkcijų yra:

1. skatinti konkurenciją;
2. reklamuoti įmonę;
3. pirkti medžiagas ir atsargas.

27. Klientai mano, kad įmonė yra saugesnė ir patikimesnė, jeigu ji skirsto prekes per:

1. nuosavus sandėlius;
2. viešuosius sandėlius;
3. nesinaudoja sandėliais.

28. Verslo sėkmę užtikrina:

1. konfliktiški santykiai su klientais ir tiekėjais;
2. ilgalaikis bendradarbiavimas;
3. trumpalaikis bendravimas.

29. Kas atsako už e. parvadėjo-konsultanto darbo vietos organizavimą?

1. e. pardavėjas-konsultantas;
2. užsakovai ir tiekėjai;
3. įstaigos vadovas.

**Modulis „E. verslo formos projektavimas ir kūrimas“**

*1 užduotis.* SUJUNKITE SAVOKĄ IR JOS APIBRĖŽIMĄ.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Rinka |  | A. tai tokia rinka, kurioje yra keli gamintojai arba pardavėjai. |
| 2. Konkurencija | B. yra tada, kai vienas gamintojas (pardavėjas) parduoda rinkoje savo prekę ar paslaugą ir konkurentų neturi. |
| 3. Tobula konkurencija | C. rinka, kurioje daug pardavėjų ir galima laisvai į ją patekti, tačiau kiekviena įmonė gamina šiek tiek besiskiriančias prekes ir gali daryti nedidelį poveikį kainoms. |
| 4. Monopolija | D. tai vieta, kur susitinka pirkėjai ir pardavėjai ir vykta prekių mainai. |
| 5. Oligopolija | E. tai asmenų, verslo įmonių lenktyniavimas, siekiant to paties tikslo. |
| 6. Monopolinė konkurencija | F. yra tada, kai daug smulkių gamintojų, tiekia į rinką vienodas ir pigias prekes. |

*2 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

1. Rinkos ekonomika yra:

1. kai laisvieji mainai yra pagrindinis būdas organizuoti prekių gamybą ir paslaugų teikimą;
2. kai žmonės pataria vyriausybei, kokius produktus ji turėtų leisti gaminti verslo įmonėms;
3. kai parodo verslininkams, kokią vertę vartotojams turi įvairūs produktai.

2. Kaštai – tai:

* 1. pelnas;
  2. infliacija;
  3. išlaidos.

3. Pasiūla –tai:

* 1. įvairūs prekių kiekiai, kuriuos gamintojai konkrečiu metu nori ir gali parduoti, esant skirtingoms tos prekės kainoms;
  2. visų prekės gamintojų pasiūlų suma konkrečioje rinkoje konkrečiu metu;
  3. pirkėjų norimo pirkti už konkrečią kainą produkto kiekio perviršis, palyginti su tuo kiekiu, kurį pardavėjai gali parduoti.

4. Konkurencija – tai:

* 1. vyriausybės ekonomikos politika, skatinanti naujų verslų atsiradimą, remianti jų gyvavimą;
  2. keleto asmenų, ūkio subjektų rungtyniavimas siekiant to paties tikslo – pelno;
  3. ūkinės veiklos rezultatas, tiesiogiai tenkinantis materialius ar nematerialius visuomenės narių poreikius.

5. Franšizė – tai :

* 1. veikla, kuria siekiama išsiaiškinti sėkmės galimybes ir riziką, susijusią su naujo gaminio ar paslaugos pateikimu rinkai;
  2. žodžių ir simbolių kombinacija, vartojama vienos įmonės prekėms apibudinti ir atskirti joms nuo konkurentų gaminių;
  3. tai išimtinė teisė naudotis kitos įmonės prekės ženklu, technologija, reklama, prekių pardavimo kanalais, valdymo metodais, mokymo paslaugomis.

6.Kaina – tai:

* 1. prekės ar paslaugos vertė, išreikšta pinigais;
  2. tokia pardavimų apimtis, kai nėra nei pelno, nei nuostolio;
  3. tai darbo užmokestis specialistams, tiesiogiai teikiantiems paslaugą.

7. Pagrindiniai rinkos ekonomikos klausimai:

* + 1. ką?, kaip?, kas?;
    2. ką? kaip?, kam?;
    3. ką?, kaip?, kiek?.

8. Viena iš verslo funkcijų yra:

* 1. skatinti konkurenciją ;
  2. reklamuoti įmonę;
  3. medžiagų ir atsargų pirkimas.

9. Akcijos yra:

* 1. tam tikros rūšies skolos pažymėjimai;
  2. tai kontraktas, suteikiantis teisę jo pirkėjui pirkti ar parduoti turtą už tam tikrą iš anksto nustatytą kainą per konkretų laikotarpį;
  3. vertybiniai popieriai, suteikiantys jos turėtojui savininko teises ir teisę gauti dividendus.

10. Pelnas – tai:

* + 1. skirtumas tarp visų įmonės pajamų ir visų jos išlaidų;
    2. ribotų išteklių paskirstymas, nustatant jiems atitinkamas kainas;
    3. perviršis produkto kiekio, kurį pardavėjai nori parduoti.

11. Monopolija yra:

* + 1. rinka, kurioje veikia keli stambūs gamintojai;
    2. rinka, kurioje yra tik vienas gamintojas (pardavėjas);
    3. rinka, kurioje yra tik vienas pirkėjas.

12. Dividendai yra:

* + 1. bendrovės pelno dalis, išmokama akcininkams;
    2. importo mokestis arba rinkliava;
    3. produkto paskirstymas arba skyrimas kam nors.

13. Paklausa – tai:

* + 1. įvairūs prekių kiekiai, kuriuos gamintojai konkrečiu metu nori ir gali parduoti, esant skirtingoms tos prekės kainoms;
    2. konkrečių prekių arba paslaugų kiekiai, kuriuos vartotojai konkrečiu metu nori ir gali įsigyti esant įvairioms jų kainoms;
    3. prekių ir paslaugų kiekis, tenkantis vienam kuriam nors gamybos veiksniui.

14. Verslininkas novatorius yra:

1. gamintojas, sprendžiantis, kiek už rinkos nustatytą kainą jis gali pagaminti produktų;
2. gamintojas, kuris pats ieško savo produktams tinkamos kainos;
3. asmuo, kuris imasi rizikos sukurti naują produktą arba įdiegti geresnį komercinės veiklos būdą.

15. Akcinių bendrovių įstatinis kapitalas negali būti mažesnis nei:

1. 40000 eurų;
2. 2000 eurų;
3. 100000 eurų.

16. Kurios iš išvardytų verslo organizavimo formų savininkas už įmonės veiklą atsako visu savo turtu?

1. akcinės bendrovės;
2. individualios įmonės;
3. viešosios įstaigos.

17. Kas yra akcija?

1. dokumentas, liudijantis teisę į bendrovės turto dalį;
2. skolos dokumentas;
3. trumpalaikis vertybinis popierius.

18. Ribotos turtinės atsakomybės principai veikia:

* + 1. akcinėse ir uždarosiose akcinėse bendrovėse;
    2. ūkinėse bendrijose;
    3. individualiose įmonėse.

19. Kas yra licencija?

* + 1. ilgalaikis vertybinis popierius;
    2. finansinis planas, kuriame numatomos pajamos ir išlaidos;
    3. dokumentas, kuriuo įmonei suteikiama teisė verstis nurodyta komercine-ūkine veikla.

20. Uždarųjų akcinių bendrovių įstatinis kapitalas negali būti mažesnis nei:

1. 2500 eurų;
2. 36000 eurų;
3. 50000 eurų.

21. Kuris teiginys yra teisingas?

1. rinkos kaina nustato pardavėjai;
2. rinkos kaina nepriklauso nei nuo pardavėjo, nei nuo pirkėjo;
3. rinkos kainą nustato pardavėjas ir pirkėjas.

*3 užduotis.*APIBŪDINKITE PATEIKTŲ E. VERSLO SRIČIŲ FUNKCIJAS.

|  |  |
| --- | --- |
| **E. verslo sritis** | **E. verslo srities funkcija** |
| E. komercija |  |
| E. paslaugos |  |
| E. marketingas |  |
| E. verslo kontaktai |  |
| E. projektų vadyba |  |
| E. biuro darbuotojų organizavimas |  |
| E. logistika |  |
| E. žmogiškųjų išteklių vadyba |  |
| E. skelbimai |  |
| E. aukcionai |  |
| E. bankininkystė |  |

*4 užduotis.*KIEKVIENAI SITUACIJAI RASKITE ATITINKAMĄ RINKOS STRUKTŪROS TIPĄ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Tobula konkurencija |  |  | A | Rinkoje yra daug pardavėjų, kurie siūlo mokyklines kuprines panašiomis kainomis. |
| 2 | Monopolija |  | B | Rinkoje yra vienintelis telefoninių paslaugų teikėjas. |
| 3 | Monopolinė konkurencija |  | C | Ūkininkai parduoda pieną miesto turguje. |
| 4 | Oligopolija |  | D | Kelios didelės verslo įmonės veikia televizorių rinkoje. |
|  |  |  | E | Daug ūkininkų siūlo pirkti bulves vienodomis kainomis. |
|  |  |  | F | Vienintelė įmonė gamina insulino preparatus. |
|  |  |  | G | Daug ūkininkų parduoda cukrinius runkelius cukraus fabrikams. |
|  |  |  | H | Išradėjas yra patento autorius ir siūlo licenciją gamintojams. |
|  |  |  | I | Lietuvos centrinis bankas turi išimtinę teisę leisti pinigus. |
|  |  |  | J | Keli gamintojai gamina skalbimo miltelius daugeliui vartotojų. |
|  |  |  | K | AB „Šilumos energija“ teikia šilumos energiją miesto gyventojams. |
|  |  |  | L | AB „Vandentiekis“ teikia vandenį miesto gyventojams. |

*5 užduotis.*KIEKVIENAM E. VERSLO MODELIUI PAGAL VAIDMENIS PARINKITE TINKAMĄ JO APIBŪDINIMĄ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| A | B2B |  |  | 1 | Vartotojas valstybinei institucijai |
| B | B2C |  | 2 | Verslas darbuotojui |
| C | B2G |  | 3 | Valstybinė institucija verslui |
| D | B2E |  | 4 | Valstybinė institucija valstybinei institucijai |
| E | C2C |  | 5 | Verslas valstybinei institucijai |
| F | C2B |  | 6 | Verslas verslui |
| G | C2G |  | 7 | Vartotojas verslui |
| H | G2G |  | 8 | Valstybinė institucija vartotojui |
| I | G2B |  | 9 | Valstybinė institucija darbuotojui |
| Y | G2C |  | 10 | Vartotojas vartotojui |
| J | G2E |  | 11 | Verslas vartotojui |

# *6 užduotis.* SURAŠYKITE PAGRINDINIUS E. VERSLO PRIVALUMUS IR TRŪKUMUS (įvardinkite *bent 5 privalumus ir 5 trūkumus).*

|  |  |
| --- | --- |
| **E. verslo privalumai** | **E. verslo trūkumai** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

*7 užduotis.* ĮVARDINKITE PENKIS IŠ EILĖS PAGRINDINIUS E. VERSLO ĮGYVENDINIMO ŽINGSNIUS.

|  |  |
| --- | --- |
| 1 |  |
| 2 |  |
| 3 |  |
| 4 |  |
| 5 |  |

*8 užduotis.*SUDĖLIOKITE E. PARDAVIMO PLATFORMOS KŪRIMO ETAPUS IŠ EILĖS.

# Rėmimas, Turinio kūrimas, Projekto iniciavimas, Publikavimas, Eksploatacija ir priežiūra, Turinio analizė, Testavimas-patikrinimas-koregavimas.

*9 užduotis.*ĮVARDINKITE PAGRINDINES E. RINKAS IR KAS IŠ PATEIKTO SĄRAŠO JOMS PRIKLAUSO.

# E. verslas; E. bankininkystė; E. komercija; E. medicina; E. valdžia; E. mokslas; E. žmogiškieji ištekliai.

|  |  |
| --- | --- |
| E. rinkos | Kas joms priklauso? |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

# *10 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PAŽYMĖDAMI TEISINGUS ATSAKYMUS.

1. Interneto naršyklė – tai:

* 1. programa, skirta atvaizduoti internetinius puslapius (tinklalapius) vartotojo kompiuteryje;
  2. programa, skirta peržiūrėti tekstinius bei grafinius dokumentus;
  3. programa, skirta kurti internetinius puslapius (tinklalapius) vartotojo kompiuteryje.

2. Interneto naršyklės pradiniu puslapiu vadinamas:

* 1. puslapis, kuris nustatomas interneto naršyklės autorių. Interneto naršyklės pradinio puslapio negali nustatyti vartotojas be autorių leidimo;
  2. puslapis, kuris užsikrauna pajungus interneto naršyklę. Interneto naršyklės pradinio puslapio negali nustatyti vartotojas be autorių leidimo;
  3. puslapis, kuris užsikrauna pajungus interneto naršyklę. Interneto naršyklės pradinį puslapį gali nustatyti vartotojas pagal savo poreikius.

3. Internetinės paieškos sistemos skirstomos į grupes:

* 1. paieškos tarnybas arba serverius;
  2. katalogus;
  3. failus;
  4. metapaieškas;
  5. megapaieška.

4. Loginiai operatoriai naudojami atliekant paiešką:

* 1. Loginis operatorius AND;
  2. Loginis operatorius NOT;
  3. Loginis operatorius OR;
  4. Loginis operatorius IF;
  5. Loginis operatorius COUNT.

5. Elektroninio pašto adresas susideda iš (eiliškumas svarbu):

* 1. srities vardo, specialaus simbolio, vartotojo vardo;
  2. vartotojo vardo, specialaus ženklo, srities vardo;
  3. vartotojo vardo, slaptažodžio, srities vardo.

6. Autorinėmis teisėmis yra apsaugota dauguma interneto tinklalapių ir bet kokios informacijos kopijavimas iš ten be autoriaus sutikimo yra neteisėtas. Autorių teisės įstatymiškai saugomos:

* 1. asmens duomenų teisinės apsaugos įstatymo;
  2. prekių ženklų įstatymo;
  3. autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymo.

7. Kurios rūšies programinės įrangos licencija numato vartotojo teisę keisti programos pradinį tekstą, leidžia jį papildyti?

* 1. nemokamai platinamos programinės įrangos;
  2. atvirojo kodo programinės įrangos;
  3. riboto naudojimo programinės įrangos.

8. Tinklo topologija – tai:

1. prisijungimo kontrolės metodas;
2. fizinis kompiuterių išdėstymas ir jungimas;
3. prisijungimo kontrolės metodas, leidžiantis uždrausi nesankcionuotus prisijungimus prie tinklo.

9. Tinkle kompiuteris atpažįstamas pagal:

* 1. MAC adresą;
  2. vartotojo vardą ir slaptažodį;
  3. IP adresą.

10. Tinklų topologija, tai:

* 1. tinklo mazgų sujungimo būdas;
  2. tinklo kabelių sujungimo būdas;
  3. tinkle esančių serverių sujungimo būdas.

11. El. paštu gavote sukurtą dokumentą MS Word 2010 paketo versija. Ar galima jį atidaryti, naudojantis naujesne programos versija?

* 1. ne, tik failai, sukurti naudojantis programa „Word 2019“ arba naujesne versija, gali būti atidaryti naująja programos „Word“ versija;
  2. taip, tačiau dokumentas atsidarys suderinamumo režimu;
  3. taip, tačiau atsiras perspėjimas, raginantis gauti keitiklį.

12. Vienas pirmųjų žingsnių, stiprinančių svetainės saugumą ir reputaciją, yra protokolo įdiegimas, kuris vadinasi:

* 1. https;
  2. httpa;
  3. httpc.

13. Teksto redagavimo programoje paraštes nustatyti galima pasirinkus:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  | Layout->Margins |
| b) |  | Layout->Orientation |
| c) |  | Layout->Size |

14. Teksto redagavimo programoje norime įklijuoti nukopijuotą tekstą, kuris būtų išsaugotas kaip paveikslas. Kurią įklijavimo ikoną pasirinksime?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  |  |
| b) |  |  |
| c) |  |  |
| d) |  |  |

15. Norėdami pakeisti teksto redagavimo programoje parašyto teksto mastelį, pasirinksime:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  | Font->Advanced->Scale |
| b) |  | Font->Advanced->Spacing |
| c) |  | Font->Advanced->Position |

16. Dokumente turime įterptų grafinių objektų ir norime, kad jie būtų sunumeruoti automatiškai. Tokiu atveju rinksimės funkciją:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  | References->Insert Footnote |
| b) |  | Reference->Insert Caption |
| c) |  | Reference->Mark Entry |

17. Turime lentelę ir tekstą lentelėje norime rašyti vertikaliai. Kurią iš šių funkcijų pasirinksime:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  |  |
| b) |  |  |
| c) |  |  |

18. Savo dokumente norime įterpti diagramą, kurią iš šių ikonėlių reikia pasirinkti:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  | Insert->Shapes |
| b) |  | Insert->SmartArt |
| c) |  | Insert->Chart |

19. Norėdami pakeisti pateikties šabloną, turime rinktis ikonėlę:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  | New slide |
| b) |  | Layout |
| c) |  | Reset |

20. Ar galime kiekvienai sukurtai skaidrei pritaikyti skirtingą skaidrės perėjimo efektą?

1. Taip;
2. Ne.

21. Kuris iš šių efektų naudojamas norint, kad pažymėtas objektas įeitų į skaidrę numatytu laiku?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  |  |
| b) |  |  |
| c) |  |  |

22. Kurį funkcinį klavišą reikia paspausti ant klaviatūros, kad būtų pradėtas skaidrių rodymas?

* 1. F4;
  2. F5 ;
  3. F9;
  4. F11.

23. Skaičiuoklės programoje norite apjungti kelis pažymėtus langelius ir iš jų padaryti vieną, kurią ikonėlę pasirinksite:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  | Wrap text |
| b) |  | Megre cells |
| c) |  | Fill |

24. Kurią ikonėlę reikia pasirinkti, norint atlikti duomenų rikiavimą pagal kelis kriterijus?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) |  |  |
| b) |  |  |
| c) |  |  |
| d) | tokios galimybės skaičiavimo programoje nėra |  |

25. Kuris failo formatas išsaugo daugiausiai grafinių taškų (pikselių)?

* + 1. .gif;
    2. .jpg;
    3. .tif.

26. Kokiame spalvų modelyje geriausia išsaugoti spalvotą grafinį vaizdą ruošiant jį spausdinti?

* + 1. RGB;
    2. CMYK;
    3. Bitmap.

# *11 užduotis.* ATSAKYKITE Į PATEIKTUS KLAUSIMUS.

1. Kokios yra pačios populiariausios interneto naršyklės? (*Įvardinkite bent 3)*.

1.

2.

3.

2. Kas yra internetinės paieškos sistema?

3. Kokios yra pačios populiariausios internetinės paieškos sistemos? (*Įvardinkite bent 3*).

1.

2.

3.

4. Kas yra elektroninis paštas?

5. Ką reiškia CC BY (angl. Creative Commons)?

6. Kokie gali būti naudojami kūrybinių bendrijų licencijų junginiai? (*Pateikite bent 4 paveikslėlius*).

1.

2.

3.

4.

7. Kas yra VPN?

8. Kas yra verslo projektas?

9.Kokios yra 4 pagrindinės projekto ciklo fazės?

1.

2.

3.

4.

10. Kaip skirstomi projektai pagal savo apimtį?

11. Kokios yra 5 projekto rengimo fazės?

1.

2.

3.

4.

5.

12. Kas yra projekto dalyviai? Išvardinkite.

13. Kokie yra verslo projektų finansavimo būdai? *(Išvardinkite bent 5).*

1.

2.

3.

4.

5.

14. Ką apima kibernetinių incidentų sukelti nuostoliai? *(Išvardinkite bent 5).*

1.

2.

3.

4.

5.

15. Ką reikia atlikti siekiant apsisaugoti nuo duomenų praradimo? *(Išvardinkite bent 5)*.

1.

2.

3.

4.

5.

*12 užduotis*. PAŽYMĖKITE TRIS PAGRINDINES E. PROJEKTO SAVYBES.

unikalus tikslas;

profesionali komanda;

trukmės apribojimai;

bendradarbiavimo privalumai;

reali finansinė nauda;

riboti ištekliai.

*13 užduotis.* KOKIA PRASMĖ RAŠYTI VERSLO PLANĄ? PAŽYMĖKITE TINKAMUS TEIGINIUS.

* Pagrįsti ir patikrinti naują idėją.
* Paskleisti idėją po internetą.
* Palyginti prognozes su faktiniais pasiekimais.
* Pasamdyti projekto komandą.
* Apskaičiuoti lėšų poreikį.
* Įvertinti verslo perspektyvas.
* Startuoti su internetine parduotuve.
* Pagrįsti ir gauti pinigines paskolas.
* Surasti partnerius arba pateikti informaciją esamiems.
* Pasimokyti iš klaidų.
* Atkeršyti konkurentams ir bendraminčiams.

*14 užduotis.* SUDĖLIOKITE IŠ EILĖS E. VERSLO STRATEGIJOS FORMAVIMO IR ĮGYVENDINIMO FAZES.

|  |  |
| --- | --- |
| **E. verslo strategijos formavimo ir įgyvendinimo fazė** | **Eil. Nr.** |
| E. verslo įgyvendinimo plano rengimas |  |
| E. verslo strategijos formavimas |  |
| Verslo situacijos rinkoje analizė |  |
| E. verslo palaikymas ir rezultatų vertinimas |  |
| Vizijos ir tikslų formavimas |  |
| E. verslo plano įgyvendinimas |  |

*15 užduotis.* PARINKITE KIEKVIENAI E. VERSLO STRATEGIJAI TINKAMĄ APIBŪDINIMĄ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Kainos lyderio strategija |  |  | A | Rėmimasis segmentavimu ir veiklos sutelkimu. |
| 2 | Rinkos diferencijavimo strategija |  | B | Internetas, kaip papildomas platinimo kanalas |
| 3 | Fokusavimosi strategija |  | C | Prekės pranašumų plėtojimas prekių ženklais ir pirkėjų lojalumu. |
| 4 | Dengimo strategija |  | D | Konkurencinio pranašumo siekimas kainų pagrindu. |
| 5 | Atskyrimo strategija |  | E | Rinkodaros kanalo plėtojimas internetu, kaip atskiras verslas. |
| 6 | Pakeitimo strategija |  | F | Mišrios sistemos kūrimas naudojant keletą lygiagrečių kanalų kartu su įprastu verslu. |
| 7 | Integravimo strategija |  | G | Internetinė veikla atsisakant tradicinių realizavimo būdų. |

*16 užduotis.* KIEKVIENAM TEIGINIUI APIE E. RINKOS TYRIMUS IŠ DUOTO SĄRAŠO PARINKITE TINKAMĄ SĄVOKĄ.

|  |
| --- |
| Internetinės apklausos; Internetinės sutelktos grupės; Stebėjimas; Eksperimentas; Pirminiai tyrimai; Antriniai tyrimai |

|  |  |
| --- | --- |
| Teiginiai apie e. rinkos tyrimus | Sąvoka |
| Kiekvienas puslapis, peržiūrimas lankytojo, gali sugeneruoti daugybę užklausų failams. |  |
| Šie tyrimai vyksta greičiau ir pigiau nei įprasti tyrimai. |  |
| Tyrimai laikomi esančiais ribotos apimties, stokojančiais detalumo. |  |
| Vartotojai, kurie atsitiktinai apsilanko tinklapyje, arba yra nukreipiami į tinklapio URL per reklamą ar el. paštą. |  |
| Šis tyrimo metodas leidžia vykdyti bandomąją rinkodarą. |  |
| Jos gali būti naudojamos norint atlikti išsamų, kokybinį tyrimą per trumpą laiką ir santykinai mažą savikainą. |  |
| Virtualios realybės modeliavimo pagalba sukuriama e. parduotuvė ir ji pristatoma klientams. |  |
| Įrašo failo duomenys gali būti kaupiami ir organizuojami, kad padėtų priimti sprendimus. |  |
| Jie netinka asmeniniam interviu, kurie taps praktiški naudojant vaizdo konferencijas. |  |
| Produktų, paslaugų ir tinklapių vertinimai randami įvairiuose tinklapiuose. |  |
| Būdas tinkantis atlikti klientų pasitenkinimo tyrimą iš karto po pardavimo arba įvertinti e. parduotuvės aptarnavimą. |  |
| Jos patogios ir sutaupo klientams ir respondentams kelionės laiką ir kainą. |  |

*17 užduotis.* SUDĖLIOKITE E. RINKOS TYRIMŲ EIGĄ IŠ EILĖS.

|  |  |
| --- | --- |
| **E. rinkos tyrimų eiga** | **Eiliškumas** |
| Žvalgybinis tyrimas |  |
| Duomenų analizavimas |  |
| Imčių atranka |  |
| Problemos išsiaiškinimas |  |
| Tyrimo pobūdžio nustatymas |  |
| Tyrimo reikalingumo patvirtinimas |  |
| Tyrimo metodo nustatymas |  |
| Tyrimo tikslų nustatymas |  |
| Ataskaitos rengimas ir interpretavimas |  |
| Duomenų rinkimas |  |

*18 užduotis.* UŽBAIKITE SAKINIUS.

1. Segmentavimo esmė – identifikuoti rinkoje egzistuojančias , kurias vienija panašūs arba vienodi poreikiai ar vartojimo įpročiai.

2. Segmentavimas turi būti reikšmingas, veiksmingas ir .

3. Vartotojų psichografija apima .

4. segmentavimo metodas remiasi rinkos suskirstymu pagal vartotojų elgsenos savybes, demografinius rodiklius ar gyvenimo būdo charakteristikas.

5. Dėl vartotojų duomenų stokos geografiniai, demografiniai ir psichografiniai kriterijai segmentuojant e. rinkos vartotojus yra .

6. E. rinkoje gali būti kaupiami ir analizuojami , kurie naudojami vartotojams segmentuoti pagal elgseną.

7. Segmentavimas pagal elgseną gali būti vykdomas pagal .

8. Idealūs rinkos segmentai turi pasižymėti .

9. Segmentavimas turi tenkinti šiuos kriterijus: .

10. Pagrindiniai segmentavimo kriterijai yra .

11. Bandymai segmentuoti rinką pagal atskirus segmentus ne visada yra sėkmingi, todėl kartais patogu .

12. Tikslinė rinka – tai rinkos dalis (vartotojų grupė), į kurią organizacija nukreipia .

13. Skaitmeninės technologijos sudaro sąlygas segmentuoti vartotojus .

14. Rinkos segmentavimo tikslas – kiek įmanoma geriau užtikrinti, kad ištekliai būtų nukreipti į tuos vartotojus ar organizacijas, iš kurių galima tikėtis .

*19 užduotis.* ĮVARDINKITE, KOKIO POBŪDŽIO E. PARDAVIMO PLATFORMAI PRISKIRTUMĖTE PATEIKTAS PLATFORMAS.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Amazon |  |  | A | E. skelbimas |
| 2 | Wix.com |  | B | Virtuali prekyvietė |
| 3 | Skelbiu.lt |  | C | Atviro kodo platforma |
| 4 | Shopify |  |  |  |
| 5 | Prestashop |  |  |  |
| 6 | Magento |  |  |  |
| 7 | Bigcommerce |  |  |  |
| 8 | WooCommerce |  |  |  |
| 9 | Ebay |  |  |  |
| 10 | Opencart |  |  |  |
| 11 | Wordpress |  |  |  |
| 12 | Verskis.lt |  |  |  |
| 13 | Mozello |  |  |  |
| 14 | Etsy |  |  |  |
| 15 | Drupal |  |  |  |
| 16 | Joomla |  |  |  |
| 17 | Volusion |  |  |  |
| 18 | Fiverr |  |  |  |
| 19 | Info.lt |  |  |  |
| 20 | Facebook |  |  |  |

# *20 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

# 1. Ką reiškia siūlomas COD apmokėjimo būdas?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas per tarpininkus;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 2. Kuriam apmokėjimo sistemoms priklauso Paypal, Opay?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas per tarpininkus;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 3. Kuris apmokėjimo būdas klientui suteikia galimybę už pirkinius atsiskaityti vėliau?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas tarpininkais;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 4. Kuriam apmokėjimo būdui reikalingas CVC2 arba CVV2 kodas?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas tarpininkais;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 5. Kuris atsiskaitymo būdas yra patogus pirkėjui, nes nėra atliekamos jokios elektroninės operacijos?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas tarpininkais;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 6. Kuris atsiskaitymo būdas į e. platformas įdiegiamas ir administruojamas greičiausiai?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas tarpininkais;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 7. Kurio apmokėjimo būdo dėl ryšio kanalų, kuriais keliauja informacija, saugumas ne visada užtikrinamas?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas tarpininkais;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 8. Kuris apmokėjimo būdo naudojimas automatiškai keičia užsakymo būseną iš laukiama apmokėjimo į apmokėta?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas tarpininkais;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 9. Kuris apmokėjimo būdas klientui suteikia galimybę rinktis iš įvairių apmokėjimo būdų?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas tarpininkais;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 10. Kurį apmokėjimo būdą diegiant į e. platformą jis jau būna arba diegimui naudojamas nemokamas modulis ar įskiepis?

# a) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas tarpininkais;

# c) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# *21 užduotis.* IŠ PATEIKTŲ TEIGINIŲ IŠSIRINKITE TINKAMUS IR SUDĖLIOKITE E. PARDAVIMO PLATFORMOS DUOMENŲ BAZĖS SUKŪRIMO EIGĄ.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| A | Pasirinkite „MySQL valdymas“ |  |
| B | Duomenų bazės pavadinimas |  |
| C | Spauskite mygtuką „Sukurti“ |  |
| D | Prisijungti prie „DirectAdmin“ valdymo panelės |  |
| E | Duomenų bazės vartotojas |  |
| F | Pasirinkite „Serverio nukreipimas“ |  |
| G | Pasirinkite „Sukurti naują duomenų bazę“ |  |
| H | Duomenų bazės slaptažodis |  |
| I | Prisijungti prie „DNS valdymo“ |  |

*22 užduotis.* PAŽYMĖKITE, TEIGINYS TEISINGAS (T) AR KLAIDINGAS (K).

1. Individualioji įmonė yra ta, kuriai vadovauja atskiras žmogus ir nėra samdomų darbuotojų. T / K

2. Akcinės bendrovės gali padidinti lėšas arba parduodamos obligacijas, arba išleisdamos papildomas akcijas. T / K

3. Akcinės bendrovės obligacijų turėtojai yra pagrindiniai bendrovės savininkai. T / K

4. Privilegijuotieji akcininkai yra akcinės bendrovės savininkai. T / K

5. Ūkinės bendrijos gali išleisti privilegijuotąsias, bet ne paprastąsias akcijas. T / K

6. Akcijų savininko atsakomybė neribota. T / K

7.Privilegijuotosios akcijos dažnai teikia didesnes pajamas, tačiau jas turėti rizikingiau negu paprastąsias akcijas. T / K

8. Valdymo sprendimus akcinėse bendrovėse sprendžia paprastųjų akcijų savininkai. T / K

9. Akcinių bendrovių akcijas gali įsigyti neribotas žmonių skaičius, ir kapitalas negali būti mažesnis nei 40000 Eur. T / K

10. Uždarojoje akcinėje bendrovėje įstatinis kapitalas negali būti mažesnis kaip 2500 Eur ir joje negali būti daugiau nei 100 akcininkų. T / K

11. Akcinių bendrovių akcijos neplatinamos viešai, tuo tarpu uždarųjų akcinių bendrovių akcijos platinamos viešai. T / K

# Modulis „Prekių pirkimas ir priėmimas, sandėliavimas“

*1 užduotis.* APIBŪDINKITE SĄVOKAS.

Prekių asortimentas

Prekių kokybė

Logistika

E. sandoris

*2 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

1. Kas atsako už importuotų prekių ženklinimą?

1. gamintojas;
2. vežėjas;
3. importuotojas;
4. eksportuotojas.

2. Kuriais metais Lietuva priimta į ES prekių žymėjimo asociaciją?

* 1. 1989;

1. 1994;
2. 1996;
3. 2001.

3. Kas kontroliuoja Lietuvoje gaminamų maisto produktų saugą?

1. parduodamų prekių komisija;
2. Lietuvos maisto įstatymas;
3. Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba;
4. muitinė.

4. Kokioje temperatūroje sandėliuose laikomi miltai?

1. ne aukštesnėje nei 18 °C;
2. ne aukštesnėje nei 20 °C;
3. ne aukštesnėje nei 22 °C;
4. ne aukštesnėje nei 24 °C.

5. Patalpa laikoma sausa, jei santykinė oro drėgmė yra:

1. 50 %;
2. 60 %;
3. 75 %;
4. 85 %.

6. Kokia kalba pateikiama informacija ženklinimo etiketėje, jei prekė realizuojama Lietuvoje?

1. lietuvių ir anglų kalbomis;
2. lietuvių kalba;
3. lietuvių ir rusų kalbomis;
4. lietuvių, anglų ir rusų kalbomis.

7. Kuris iš šių teiginių neteisingas?

1. maisto produktų vartojimo instrukcija pateikiama tais atvejais, kai be jos neaišku, kaip tinkamai vartoti produktą;
2. ekologiškus ir sveikus produktus galima atpažinti iš užrašo „Ekologiškas produktas“ ir sertifikavimo įstaigos pavadinimo, Nr.;
3. prekių kokybei įtakos neturi prekių laikymo kaimynystė;
4. užrašai „Sveikas“, „Natūralus“ dar nieko nepasako apie prekės ekologiškumą.

8. Į ką atsižvelgiama sandėliuojant prekes?

1. į oro sudėtį, drėgmę temperatūrą;
2. į apšvietimą, prekių kaimynystę;
3. švarą, priešgaisrinę saugą;
4. tinka visi atsakymai.

9. Kaip yra pakuojama brangių kailių apranga?

1. į polietileninius maišelius;
2. į natūralaus pluošto maišelius;
3. į kartonines dėžes;
4. į plastikines dėžes.

10. Sutartimis vadinami tik tie sandoriai, kuriems sudaryti reikia:

* 1. daugiau nei vieno asmens valios;
  2. įmonės verslo plano ir pradinio kapitalo;
  3. asmens valios ir pradinio kapitalo.

11. Kaip skirstomos logistikos veiklos rūšys?

* 1. sandėliavimas, produktų įsigijimas, informacijos apdorojimas;
  2. vartotojų aptarnavimas, transportavimas, atsargų valdymas, užsakymų tvarkymas;
  3. produkcijos įpakavimas, produktų įsigijimas, sandėliavimas.

12. Kokios yra svarbiausios sandėlių funkcijos?

1. išlyginamosios, garantinės, spekuliatyvinės, gerinamosios, prekių asortimento formavimo;
2. poreikių nustatymo, prekių atsargų kaupimo, sandėliuose atliekamos gamybinės operacijos;
3. kiekio, trukmės neatitikimas, gerinamosios, garantinės.

13. Koks yra pagrindinis sandėliavimo uždavinys?

1. prekių sandėliavimas pagaminimo ir pristatymo vartotojui laikotarpiu;
2. prekių sandėliavimas pagaminimo laikotarpiu;
3. prekių sandėliavimas, kol bus užsakymas.

14. Kas yra prekių sandėliavimas?

1. pagalba maksimalizuojant prekių gedimo, deformavimosi ar galiojimo terminų pasibaigimo riziką;
2. patalpų nuoma prekėms laikyti;
3. visuma operacijų su prekėmis nuo jų gavimo iki išsiuntimo.

15. Koks dokumentas reikalingas importuojant prekes į ES šalis?

1. importo licencija;
2. veterinarinis sertifikatas;
3. fitosanitarinis sertifikatas.

16. Kaip tikrinamas gautų prekių kiekis?

* 1. ar faktiškas prekių kiekis atitinka sąskaitos duomenis;
  2. ar faktiškas prekių kiekis atitinka užsakymą;
  3. ar faktiškas prekių kiekis atitinka jų kokybę.

17. Ką nurodo prekių sertifikato dokumentas?

1. prekių kokybę ir prekių rūšį;
2. prekių kokybę ir kilmę;
3. prekių kilmę ir kainą.

18. Kada gali būti sumažinama prekių kaina?

1. kai baigiasi vartojimo termino data;
2. kai pablogėja prekės prekinė išvaizda;
3. kai baigiasi vartojimo terminas ir blogėja prekinė išvaizda.

19. Kaip gali būti sandėliuojamos prekės pagal jų laikymo sąlygas?

* 1. atviru sandėliavimu, pusiau atviru sandėliavimu, uždaru sandėliavimu;
  2. atviru sandėliavimu, pusiau atviru sandėliavimu, vidutiniu sandėliavimu;
  3. uždaru sandėliavimu, pusiau uždaru sandėliavimu.

20. Nuo ko priklauso prekių laikymo kokybė?

* 1. nuo temperatūros, drėgmės, sanitarijos, šviesos;
  2. nuo temperatūros, santykinio oro drėgnumo, šviesos, oro sudėties, sanitarijos, higienos sąlygų;
  3. nuo mechaninių įrengimų, drėgmės, oro srauto, natūralios ir dirbtinės šviesos.

21. Koks yra svarbiausias veiksnys, lemiantis transporto pasirinkimą, gabenat prekes?

1. pervežimo trukmė;
2. pristatymo vieta;
3. išlaidos.

22. Jei krovinys gabenamas samdytu transportu, kiek važtaraščio egzempliorių turi būti užpildyta?

* 1. Vienas;
  2. du;
  3. trys.

23. Ką būtina atlikti sudarant ir laikant prekių atsargas?

* 1. nustatyti ekonomiškai pagrįstą jų dydį, racionaliai talpinti jas laikant;
  2. turėti sandėlyje jų kuo daugiau ir laiku;
  3. turėti jų tiek, kiek telpa lentynose ir sandėlio plote.

24. Į kokias dalis skirstomos visos sandėlių procesų operacijos?

* 1. gavimas, laikymas, išdavimas;
  2. prekių gavimas, laikymas, paruošimas, išsiuntimas;
  3. prekių priėmimas, apskaitymas, išsiuntimas.

25. Pagal kokius kriterijus skirstomos ir vertinamos sandėlių darbo operacijos?

* 1. prekių judėjimo eiliškumo ir vietos, laiko ir technologijų lygmens sandėlyje;
  2. paprastumo, sudėtingumo, tvarumo ir sinergijos;
  3. prekių judėjimo eiliškumo ir vietos, paprastumo ir sudėtingumo, informacijos ir valdymo, laiko ir technikos.

26. Į kokias patalpas skirstomos sandėlių patalpos?

* 1. prekių priėmimo, ruošimo, išdavimo;
  2. prekių laikymo, administracinės, buitinės ir sanitarinės;
  3. prekių priėmimo, laikymo, paruošimo, išsiuntimo, administracinės – valdymo, buitinės ir sanitarinės.

27. Kieno pareiga yra tvirtinti darbuotojų saugos ir sveikatos instrukcijas, pareigybių aprašymus, vykdyti kolektyvinės sutarties įsipareigojimus dėl darbuotojų saugos ir sveikatos gerinimo?

* 1. darbuotojo.
  2. darbdavio.
  3. kolektyvinės sutarties kūrėjų.

28. Kam skirti saugoti konsoliniai stelažai?

* 1. aukštiems kroviniams;
  2. žemiems kroviniams;
  3. ilgiems kroviniams.

29. Į kokias grupes skirstomi kėlimo ir transportavimo įrengimai?

* 1. pagal veikimo kryptį, mechaninę dalį;
  2. pagal veikimo kryptį, veikimo principą, naudojamos energijos rūšį;
  3. pagal veikimo principą.

30. Sandėlio prekybiniai baldai klasifikuojami:

* 1. pagal panaudojimo vietą, paskirtį, prekių profilį;
  2. pagal panaudojimo vietą, paskirtį, prekių profilį, konstrukciją;
  3. paskirtį, prekių profilį konstrukciją.

*3 užduotis.* NURODYKITE, KĄ REIŠKIA ŠIE ŽYMĖJIMO SIMBOLIAI.

|  |  |
| --- | --- |
| **Žymėjimo simbolis** | **Reikšmė** |
|  |  |
|  |  |
| https://chemija.gamta.lt/files/ghs05.jpg |  |
| https://chemija.gamta.lt/files/ghs02.jpg |  |
| 71 |  |
| Mebijus |  |
| 20 |  |

1. pav. Prekių žymėjimo simboliai.

Šaltiniai: Prieiga per internetą <https://pto.lt/svietimas/pakuociu-zenklinimas/>, <https://www.vdi.lt/AtmUploads/Cheminiumedziaguzenklinimas.pdf>

*4 užduotis.* PAŽYMĖKITE + LENTELĖJE TEISINGUS SĄVOKOS „KOMANDA“ APIBŪDINIMUS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Sąvokos „komanda“ apibūdinimas** | **Atsakymas** |
| 1. | Komanda reiškia tiesiog žmonių grupę. |  |
| 2. | Komanda, dėdama koordinuojamas pastangas, sukuria pozityvią sinergiją. |  |
| 3. | Komanda – du ar daugiau tarpusavyje sąveikaujančių ir priklausomų vienas nuo kito žmonių, kurie susibūrė tam, kad įgyvendintų konkrečius tikslus. |  |
| 4. | Komanda – dirbančių žmonių grupė, kurioje kiekvienas jų turi savitą siekiamą tikslą. |  |
| 5. | Komanda vadiname du ar daugiau žmonių, kurie tarpusavyje yra susiję ir daro vienas kitam įtaką, siekdami bendro tikslo. |  |
| 6. | Komanda – kartu dirbančių asmenų grupė, kurioje visų asmenų buvimas yra būtinas bendram tikslui įgyvendinti. |  |
| 7. | Darnios darbuotojų grupės, kurios kryptingai ir nuosekliai pasiekia laukiamų rezultatų. |  |
| 8. | Komanda – efektyvi darbo grupė, kurioje visų asmenų buvimas yra būtinas bendram tikslui įgyvendinti ir kiekvieno nario individualiems poreikiams patenkinti. |  |
| 9. | Žmonių grupė, dirbanti kartu siekiant bendro tikslo. |  |
| 10. | Žmonių grupė, dirbanti kartu. |  |

*5 užduotis.* PAŽYMĖKITE (+ ) LENTELĖJE TEISINGUS SĄVOKOS „GRUPĖ“ APIBŪDINIMUS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Sąvokos „grupė“ apibūdinimas** | **Atsakymas** |
| 1. | Kai tarp dviejų ar daugiau žmonių užsimezga tam tikri santykiai, susiformuoja grupė. |  |
| 2. | Grupę galima apibūdinti kaip tarpusavyje kontaktuojančių, vienas į kitą reaguojančių ir esminiais klausimais nesutinkančių individų sumą. |  |
| 3. | Grupė – tai atvira tarpusavio sąveikos sistema, kurios veikla sąlygoja sistemos struktūrą, o sėkminga tarpusavio sąveika daro įtaką sistemos identiškumui. |  |
| 4. | Grupė – tai nėra atvira tarpusavio sąveikos sistema, kurios veikla sąlygoja sistemos struktūrą, o sėkminga tarpusavio sąveika daro įtaką sistemos identiškumui. |  |
| 5. | Grupė – tai individų visuma, kurie palaiko santykius vienas su kitu, todėl tampa iš dalies priklausomi vienas nuo kito. |  |
| 6. | Grupė nėra individų visuma, kurie palaiko santykius vienas su kitu. |  |
| 7. | Grupė – socialinis vienetas, kurį sudaro daugybė atskirų narių. |  |
| 8. | Grupė nėra socialinis vienetas, kurį sudaro daugybė atskirų narių. |  |
| 9. | Grupė – tai toks žmonių skaičius, kurie veikia vienas kitą, kur kiekvienas narys suvokia pakankamai aiškiai kitą narį. |  |
| 10. | Grupė yra žmonių būrys, kurio egzistavimas leidžia tenkinti individų poreikius. |  |
| 11. | Grupė – tai žmonių grupė, kurioje žmonės pirmiausia sąveikauja tarpusavyje, kad keistųsi informacija ir priimtų sprendimus, kurių tikslas – padėti vienas kitam vykdyti savo srities užduotis. |  |

*6 užduotis*. NURODYKITE, KURIE IŠ PATEIKTŲ BRUOŽŲ LENTELĖJE, YRA BŪDINGI GRUPEI, O KURIE KOMANDAI. ĮRAŠYKITE ŽODĮ: KOMANDA ARBA GRUPĖ.

|  |  |
| --- | --- |
| **Bruožai** | **Būdinga grupei / būdinga komandai** |
| Yra tik vienas lyderis |  |
| Kiekvienas narys yra lyderis |  |
| Atsakomybė – individuali |  |
| Atsakomybė – bendra |  |
| Tikslas būdingas visiems bendras |  |
| Kiekvienas narys turi savo tikslą |  |
| Būdingos bendros organizacijos taisyklės visiems |  |
| Būdingos susitartos, savitos taisyklės visiems |  |
| Pasiekimai priklauso visiems bendrai |  |
| Pasiekimai priklauso kiekvienam individualiai |  |
| Būdingi naudingi, rezultatyvūs susitikimai |  |
| Nėra rezultatyvūs susirinkimai |  |

*7 užduotis*. SUSIEKITE DARBO KOMANDOS APIBRĖŽIMĄ SU DARBO KOMANDOS TIPU.

|  |  |
| --- | --- |
| **Darbo komandos apibūdinimas** | **Darbo komandų tipai** |
| 1. Darbo komanda gali su žmonėmis bendradarbiauti realiuoju laiku, nepaisant to, ar juos skiria tik kabinetai, ar žemynai. | a) Problemų sprendimo  b) Virtuali  c) Tarpfunkcinė  d) Savivaldi |
| 2. Komandos yra efektyvi priemonė, suteikianti skirtingų organizacijos sričių atstovams, ar netgi skirtingų organizacijų atstovams, galimybę keistis informacija, kurti naujas idėjas, spręsti problemas ir koordinuoti sudėtingus projektus. |
| 3. Komandos, kurias sudaro paprastai 10–15 žmonių, būdingos organizacijoms, kurios turi filialus. |
| 4. Paprastai komandą sudaro 5–12 to paties skyriaus, padalinio, organizacijos žmonių, kurių tikslas gali būti susijęs su darbo sąlygų, kokybės gerinimu ir pan. |

*8 užduotis.* PABRAUKITE 3 SVARBIAUSIUS BRUOŽUS FORMUOJANT DARBO KOMANDĄ.

Sąžiningumas, darbštumas, bendravimas, noras siekti bendro tikslo, geranoriškas bendradarbiavimas, atsakomybė, socialinio dykinėjimo jausmo nebuvimas, patirtis, noras daug uždirbti, noras pasiekti asmeninių rezultatų.

*9 užduotis.* NURODYKITE, KOKIUS ĮGALIOJIMUS TURI SKYRIŲ, PADALINIŲ VADOVAI PATEIKTOSE SITUACIJOSE.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Situacijos** | **Įgaliojimo tipas** |
| 1. | E. įmonės marketingo padalinio vadovas, norėdamas į darbą priimti darbuotoją, privalo šį sprendimą derinti ne tik su generaliniu direktoriumi, bet ir su personalo skyriumi. |  |
| 2. | E. įmonės tiekimo skyriaus vadovas, sudarydamas sutartis su tiekėjais, privalo, pirmiausia, pateikti jas e. įmonės teisininkui, kad šis peržiūrėtų, pakoreguotų. |  |
| 3. | E. įmonės IKT skyriaus vadovas, prieš pirkdamas įrangą, kreipiasi į vyriausiąjį buhalterį, norėdamas įsitikinti, kad lėšų šiam pirkiniui yra. |  |
| 4. | E. įmonės pardavimo skyriaus vadovas kartais kreipiasi į marketingo skyriaus darbuotojus, kad jie pateiktų informaciją apie vartotojų paklausos pasikeitimus, tačiau priimdamas sprendimus, dažniausiai, vadovaujasi turima patirtimi arba intuicija. |  |
| 5. | E. įmonės finansų skyriaus vadovas gavo nurodymą iš generalinio direktoriaus neapmokėti X įmonei už prekes, nes neatitinka kokybės reikalavimų. |  |
| 6. | E. įmonės marketingo padalinio vadovas, norėdamas į darbą priimti darbuotoją, privalo šį sprendimą derinti tik su generaliniu direktoriumi. |  |

*10 užduotis.* PABRAUKITE PROBLEMAS, BŪDINGAS DELEGAVIMUI.

1. E. įmonė neturi apyvartinių lėšų.
2. Darbuotojams trūksta kompetencijų.
3. Vadovo nepasitikėjimas darbuotojais.
4. Darbuotojų kaita.
5. Vadovo žinojimas, kad jis yra geriausias visose srityse.
6. Darbuotojų netinkama kontrolė.
7. Netinkamas darbuotojų motyvavimas.
8. Vadovo kompetencijų stoka užduočių delegavimui.
9. Darbuotojų vengimas atlikti užduotis.
10. E. įmonės darbuotojai neatnaujina kompetencijų – nesimoko. E. įmonė nėra besimokanti organizacija.

*11 užduotis.* PAŽYMĖKITE (+) VEIKSMUS, KURIEMS BŪDINGA KONTROLĖS FUNKCIJA.

|  |  |
| --- | --- |
| **Veiksmas** | **Kontrolės funkcija** |
| E. įmonės sandėlyje atliekama prekių inventorizacija. |  |
| E. įmonės vadovas nurodo atsakomybes už pavestas atlikti užduotis. |  |
| E. įmonės vadovas derina su padalinių vadovais metinių planų pateikimo datą. |  |
| E. įmonės personalo vadovas parengė naują atlyginimų sistemą, kuri užtikrina kiekvieno darbuotojo indėlio į bendrus darbo rezultatus įvertinimą. |  |
| E. įmonės kokybės skyriaus vadovas parengė standartizuotus reikalavimus klientų aptarnavimo kokybei vertinti. |  |
| E. įmonės pardavimų skyriaus vadovas, išsiaiškinęs, kad darbo našumas sumažėjo dėl nepalankaus darbo grafiko, suteikė darbuotojams dar vieną poilsio pertrauką. |  |

*12 užduotis*. NURODYKITE, KOKIAI KONTROLĖS RŪŠIAI PRISKIRTUMĖTE ŠIAS ATLIKTAS UŽDUOTIS.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kontrolės rūšis** | **Pradinė** | **Tarpinė** | **Galutinė** |
| 1. Reguliarus užduočių atlikimo tikrinimas. |  |  |  |
| 2. E. įmonės balanso sudarymas. |  |  |  |
| 3. Pareiginių instrukcijų / aprašų parengimas. |  |  |  |
| 4. Klientų aptarnavimo standarto parengimas. |  |  |  |
| 5. Klientų užsakymų priėmimo procedūros parengimas. |  |  |  |
| 6. E. įmonės išorinis auditas. |  |  |  |
| 7. E. įmonės vidaus taisyklių parengimas. |  |  |  |
| 8. Darbuotojų priėmimo į darbą procedūros sukūrimas. |  |  |  |
| 9. Darbuotojų kvalifikacijos kėlimo plano sudarymas. |  |  |  |
| 10. Periodiška darbuotojų apklausa, siekiant sužinoti apie problemas e. įmonėje. |  |  |  |
| 11. Darbuotojų individualių pasiekimų per ataskaitinį laikotarpį suvestinės parengimas. |  |  |  |
| 12. E. įmonės pelno (nuostolio) ataskaitos parengimas. |  |  |  |
| 13. Periodiška tiekėjų sąskaitų kontrolė. |  |  |  |

*13 užduotis*. NURODYKITE PATEIKTŲ KOMUNIKAVIMO METODŲ PRIVALUMUS IR TRŪKUMUS.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Komunikavimo metodas** | **Privalumai** | **Trūkumai** |
| *Žodinis komunikavimas* |  |  |
| *Komunikavimas raštu* |  |  |
| *Nežodinis komunikavimas* |  |  |

*14 užduotis.* NURODYKITE KOMUNIKAVIMO KLIŪTĮ PAGAL KOMUNIKAVIMO KLIŪČIŲ APRAŠYMĄ.

|  |  |
| --- | --- |
| **Komunikavimo kliūties aprašymas** | **Komunikavimo kliūtis** |
| Būdami pikti ir susirūpinę, tiekėjai tą patį pranešimą interpretuos kitaip, nei gavę jį būdami laimingi. |  |
| Tiekėjas sąmoningai manipuliuoja informacija, kad e. įmonės darbuotojas palankiau ją priimtų. |  |
| Skirtingiems žmonėms žodžiai reiškia skirtingus dalykus: amžius, išsilavinimas ir kultūrinė aplinka yra veiksniai, kurie turi poveikį žodžiams. |  |
| E. įmonės vadovas yra įsitikinęs, kad visi tiekėjai yra nesąžiningi. |  |
| Žmonės turi ribotas galimybes apdoroti duomenis. Kas atsitinka, kai žmonės gauna daugiau informacijos nei gali išrūšiuoti ir panaudoti? Taip nutiko ir su e. įmonės tiekėju: jis atmetė, ignoravo, pamiršo, praleido. |  |
| Vyrai kalba, kad pabrėžtų savo statusą. Moterys kalba, kad užmegztų ryšį. |  |

*15 užduotis.*PRIE ASORTIMENTO FORMAVIMO PROCESO ETAPŲ PRISKIRKITE TINKAMUS VEIKSMUS.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. Biudžeto valdymas ir pozicionavimas | 2. Detalus asortimento planavimas | 3. Pirkimai |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Veiksmai** |  |
| a) | Prekės apyvarta |  |
| b) | Prekių kategorijų segmentavimas |  |
| c) | Prekių užsakymas |  |
| d) | Kainų struktūra |  |
| e) | Pirkimų biudžetas |  |
| f) | Prekės vaidmuo asortimente |  |
| g) | Pardavimo biudžetas |  |

*16 užduotis.*SUDĖLIOKITE TIEKĖJŲ ATRANKOS ETAPUS IŠ EILĖS IR ŠALIA PARAŠYKITE, KAS ATLIEKAMA ETAPO METU.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Tiekėjų atrankos etapai** | **Kas atliekama etapo metu?** |
|  | Vertinti tiekėją tiesiogiai |  |
|  | Nuolatinė tiekėjo našumo stebėsena |  |
|  | Identifikuoti pagrindines tiekėjų vertinimo kategorijas |  |
|  | Peržiūrėti vertinimo rezultatus ir priimti sprendimą dėl atrankos |  |
|  | Įvertinti kiekvieną vertinimo kategoriją |  |
|  | Apibrėžti kategorijų ir alternatyvų vertinimo sistemą |  |
|  | Nurodyti ir įvertinti alternatyvas |  |

*17 užduotis.* UŽPILDYKITE PVM SĄSKAITĄ-FAKTŪRĄ.

Įmonė UAB „Giedra“ 20XX m. lapkričio 9 dieną gavo tą pačią dieną išrašytą sąskaitą-faktūrą už suteiktas pervežimo paslaugas iš įmonės UAB „Šventė“. Sąskaitos-faktūros Serija SVE Nr. 365. Suma už paslaugas 500,00 eurų. PVM mokestį apskaičiuokite. Sąskaitą reikės apmokėti per 30 dienų.

UAB „Giedra“ įmonės kodas 987123, PVM kodas LT129871232, adresas – Vilniaus g. 46, Šiauliai, tel. 8 (41) 525354, bankas – SEB bankas, banko kodas 70400, banko (atsiskaitomosios) sąskaitos numeris LT09704002658765198.

UAB „Šventė“ įmonės kodas 765234, PVM kodas LT3276523412, adresas – Tilžės g. 303, Šiauliai, tel.: 8 687 64092, bankas – Swedbank, banko kodas 73000, banko sąskaitos numeris LT127300010098767801.

Sąskaitą išrašė įmonės UAB „Šventė“ buhalterė Rima Jonaitienė.

Sąskaitą priėmė įmonės UAB „Giedra“ vadybininkas Simas Petraitis.

Parašus žymėkite žodžiu „parašas“.

***PVM sąskaita-faktūra***

**Serija Nr.**

20 m. mėn. d.

|  |  |
| --- | --- |
| **PARDAVĖJAS** | **PIRKĖJAS** |
| Įmonės pavadinimas | Įmonės pavadinimas |
| Įmonės kodas: | Įmonės kodas: |
| PVM mokėtojo kodas: | PVM mokėtojo kodas: |
|  |  |
| Adresas: | Adresas: |
| Tel.: | Tel.: |
|  |  |
| **Banko sąskaita:** |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pavadinimas** | **Mato vnt.** | **Kiekis** | **Kaina** | **Suma** |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | Iš viso: |  |
|  |  | PVM 21 proc. |  |
|  |  | **Bendra suma:** |  |

|  |
| --- |
| Suma žodžiais: |

Sąskaitą išrašė: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Sąskaitą priėmė: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

*18 užduotis*. APSKAIČIUOKITE SUMAS, KURIŲ TRŪKSTA LENTELĖJE.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sąskaitos faktūros išrašymo data** | **Vienetai** | **Prekės vieneto kaina (EUR)** | **Suma (EUR)** | **Nuolaida (%)** | **Nuolaida (EUR)** | **Suma už prekes su nuolaida (EUR)** | **PVM mokesčio tarifas (%)** | **PVM mokesčio suma (EUR)** | **Bendra suma (EUR)** |
| 20XX-06-15 | 50 | 30,50 | 1525,00 | 15 |  |  | 21 |  |  |
| 20XX-07-20 | 105 |  | 1050,00 | Netaikyta | Netaikyta |  | 21 |  |  |
| 20XX-07-23 | 90 | 20,10 |  |  | 180,90 |  | 9 |  |  |
| 20XX-07-30 |  | 5,00 | 1750,00 | Netaikyta | Netaikyta | 1750,00 | 21 |  |  |
| 20XX-08-09 | 505 | 6,14 |  | 10 |  |  |  | 251,16 |  |

*19 užduotis.* IŠRAŠYKITE PREKIŲ (PASLAUGŲ) PIRKIMO-PARDAVIMO KVITĄ NR. 3512.

20XX m. spalio 12 d. Vardenis Pavardenis pardavė šias prekes pirkėjui. Pirkėjas apmokės iš karto.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Prekės pavadinimas** | **Mato vnt.** | **Kaina (be PVM), eur** | **Kiekis** |
| 1 | Sąsiuvinis A4 | vnt. | 10.00 | 5 |
| 2 | Skaičiavimo mašinėlė Casio | vnt. | 30.00 | 10 |
| 3 | Stalinis laikrodis | vnt. | 50.00 | 2 |
| 4 | Užrašų knygelė | vnt. | 10.00 | 6 |

**Pirkėjas:** UAB „Sala“, Tilžės g. 98, Šiauliai. Įmonės kodas 358962456.

VM mokėtojo kodas LT358962457. Swedbank, Sąsk. nr. LT457300010012395264

**Pardavėjas:** Vardenis Pavardenis, verslo liudijimas Nr. AP5236941 Asmens kodas: 30000009856

**PREKIŲ (PASLAUGŲ) PIRKIMO-PARDAVIMO KVITAS Nr. 0000000**

20\_\_\_ m. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ mėn. \_\_\_\_ d.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Eil.**  **Nr.** | **Prekės (paslaugos) pavadinimas** | **Kiekis** | **Kaina (Eur, ct)** | **Suma (Eur, ct)** |
| 1 | 2 | 3 |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Gyventojo, įsigijusio verslo liudijimą, arba prekių pardavėjo vardas/vardo pirmoji raidė, pavardė \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Prekių (paslaugų) pirkėjo vardas/vardo pirmoji raidė, pavardė \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Verslo liudijimo Nr. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Asmens kodas \*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Asmens kodas \*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Įmonės pavadinimas \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
|  | Įmonės kodas \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Parašas \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |

\* Nurodoma pirkėjo (paslaugos gavėjo) pageidavimu.

1 egz. ─ prekių (paslaugų) pirkėjui.

2 egz. ─ prekių (paslaugų) pardavėjui.

*20 užduotis.*Į TRŪKSTAMAS SAKINIŲ VIETAS ĮRAŠYKITE PATEIKTUS ŽODŽIUS.

|  |
| --- |
| Rizikos atsargos; Metodas LIFO; Atsargų lygį; Atsargų paklausa; Metodas FIFO; Atsargos kelyje; Pasenusios atsargos; Sezoninės atsargos; Saugiųjų atsargų; Ciklo atsargos; |

1. reikalingos paklausai tenkinti, kai verslo situacija yra žinoma.

2. – tai atsargų dalis, kuri ilgai iš toli esančių tiekėjų vežama užsakovui.

3. paprastai laikoma daugiau nei ciklo atsargų.

4. gali atsirasti, kai perkama daug dėl kiekio nuolaidų, prognozuojamojo kainų kylimų ar prekių trūkumo.

5. – tai atsargos sukauptos siekiant palaikyti stabilią prekybą.

6. – tai atsargos, kurios netinka prekybai ir nebepatenkina klientų poreikio.

7. retai būna pastovi, o papildymo laikas svyruoja dėl tiekėjų klaidų, transportavimo sutrikimų, gamybos problemų ir kitų priežasčių.

8. Grąžintų prekių tvarkymo procedūrų peržiūrėjimas padeda sumažinti .

9. Atsargų apskaitos – tai prekių kiekis apskaitoje, gautas anksčiausiai ir skiriamas parduoti, paliekant vėliau susidariusius prekių kiekius atsargoms.

10. Atsargų apskaitos – tai prekių kiekių formuojamas iš vėliausiai gautų prekių, paliekant anksčiau gautas prekes atsargoms

*21 užduotis.*PAGAL PATEIKTUS DUOMENIS APSKAIČIUOKITE EKONOMIŠKO UŽSAKYMO IŠ TIEKĖJŲ DYDĮ VIENETAIS PAGAL EOQ MODELĮ.

Užsakymo tvarkymo išlaidos – 100 Eur

Metinė paklausa – 10 000 Eur

Metinės saugojimo išlaidos – 20 proc.

Atsargų vieneto kaina – 200 Eur

*22 užduotis.*PAGAL PATEIKTUS DUOMENIS APSKAIČIUOKITE MAKSIMALŲ ATSARGŲ LYGĮ (Im).

# Draustinių atsargų kiekis – 1000 vnt.

# Per dieną parduodamas atsargų kiekis – 100 vnt.

# Laiko tarpas tarp užsakymo pateikimo ir įvykdymo dienos – 3 dienos

# Atsargų patikrinimo periodiškumas dienomis – 1 dienos

# *23 užduotis.* ATSAKYKITE Į PATEIKTUS KLAUSIMUS*.*

1. Kuo turi įsitikinti prekes priimantis asmuo prieš priimdamas prekes?

2. Pagal ką priimamos prekės, jeigu numatoma perparduoti prekes, gautas su gamintojo pakuote ar tara, jos neatidarius?

3. Kaip turi elgtis prekes priimantis asmuo, jeigu nustato, kad priimamų prekių kiekis neatitinka kiekio nurodyto lydimuosiuose dokumentuose?

4. Į kokią įstaigą gali kreiptis prekes priimanti įmonė, jeigu priimant maisto prekes kyla klausimų dėl prekių kokybės ir su tuo nesutinka prekes parduodanti įmonė?

# Modulis „Prekių ir paslaugų pardavimas elektroninėje aplinkoje“

*1 užduotis.*IŠ PATEIKTO SĄRAŠO PARINKITE TINKAMĄ FRAZĘ IR UŽBAIKITE SAKINĮ.

|  |
| --- |
| Įsiskverbimo kaina; Rinkos nugrėbimas; Pelnas ir išlaidų padengimas; Planinis pelno augimo užtikrinimas; Prestižinių kainų nustatymas; Kaina kaip kokybės ženklas; Lyderiavimas; Reklaminės kainos; Segmentuota kaina; Dinaminės kainų strategijos |

1. strategija efektyviausia, kai vartotojai nėra gerai informuoti apie prekių savybes, tada vartotojas dažnai naudoja kainą, kaip kokybės indikatorių.

2. strategija grindžiama antkainio pridėjimu prie produkto savikainos.

3. – tai strategija, kai nustatoma mažesnė naujo produkto kaina siekiant užimti dalį rinkos.

4. grindžiamos mažomis meniu sąnaudomis, interaktyvumu.

5. strategija grindžiama aukšta kaina, kuri, sukuria vertingesnio daikto įvaizdį.

6. – tai strategija kai nustatomos didelės naujų produktų kainos, kurios vilioja tik naujoves mėgstančius pirmuosius vartotojus.

7. – tai strategija grindžiama trejomis priemonėmis: sąnaudų mažinimu, pardavimu ir kainos didinimu.

8. kaip strategija grindžiama konkurencija, gebėjimu pasiūlyti geresnę kainą.

9. – tai strategija kuomet kaina reguliuojama atsižvelgiant į klientą, vietą ar produktą.

10. strategija puikiai tinka pirmųjų pirkimų skatinimui ir pakartotiniams pirkimams skatinti.

# *2 užduotis.* PAŽYMĖKITE TEISINGUS (T) IR KLAIDINGUS (K) TEIGINIUS.

1. Prievolės gali būti dalomosios, nedalomosios, sąlyginės, skolinamosios, pasyviosios ir aktyviosios, išskirtinės. T / K

2. E. pirkimo-pardavimo sutartimi viena šalis (pardavėjas) įsipareigoja perduoti daiktą (prekę) kitai šaliai (pirkėjui) nuosavybės ar patikėjimo teise, o pirkėjas įsipareigoja priimti daiktą (prekę) ir sumokėti už jį nustatytą pinigų sumą (kainą). T / K

3. Rekomenduotina e. prekių pirkimo sutartyse susitarti, jog nuosavybės teisė į sutartimi parduodamas prekes pereina pirkėjui nuo visiško atsiskaitymo už prekes momento, t. y. nuo to momento, kai pinigai už prekes yra įskaitomi į pardavėjo banko sąskaitą. T / K

4. Kai pardavėjas perduoda pirkėjui daugiau negu e. sutartyje nurodyta daiktų, pirkėjas neprivalo apie tai pranešti pardavėjui per įstatymuose ar sutartyje numatytą terminą, o jei terminas nenustatytas, – per protingą terminą. T / K

5. Galima pratęsti e. sutarčių vykdymo (prekių pristatymo, paslaugų suteikimo) terminus. T / K

6. Pirkėjui įgyvendinus teisę atsisakyti sutarties, pasibaigia šalių pareigos vykdyti nuotolinę sutartį ar ne prekybos patalpose sudarytą sutartį arba sudaryti nuotolinę sutartį ar sutartį ne prekybos patalpose, jeigu pirkėjas buvo pateikęs pasiūlymą ją sudaryti. T / K

7. Pardavėjas gali negrąžinti pirkėjui jo sumokėtų sumų tol, kol prekės negrąžintos pardavėjui arba kol pirkėjas pateikia įrodymą, kad prekės yra išsiųstos pardavėjui. T / K

8. Tiesioginės prekių grąžinimo išlaidos vienareikšmiškai priskiriamos pardavėjui ir jis jas padengia savo sąskaita. T / K

9. Pirkėjui tenka tik tiesioginės prekių grąžinimo išlaidos, išskyrus atvejus, kai pagal sutartį šias išlaidas prisiima pardavėjas. T / K

10. Pirkėjui atsisakius e. sutarties automatiškai nutraukiamos ir papildomos sutartys. T / K

11. Pirkėjui atsisakius e. sutarties papildomos sutartys lieka galioti, nes jų vienašališkas nutraukimas užtrauktų teisinę atsakomybę. T / K

# *3 užduotis.* IŠVARDINTUS VEIKSNIUS PRISKIRKITE PRIE TINKAMOS E. VARTOTOJŲ ELGSENĄ SKATINANČIŲ VEIKSNIŲ GRUPĖS.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Siekimas priklausyti grupei |  |  | A | Asmeniniai motyvai |
| 2 | Laiko sąnaudos |  | B | Socialiniai motyvai |
| 3 | Suasmeninta informacija |  | C | Ekonominiai motyvai |
| 4 | Informacijos kokybė |  |  |  |
| 5 | Pirkimo nauda |  |  |  |
| 6 | Kitų atsiliepimai |  |  |  |
| 7 | Malonumas pirkti |  |  |  |
| 8 | Nėra tiesioginio spaudimo iš pardavėjų |  |  |  |

*4 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

1. „Atviros durys“ – tai laikas, kai:

1. vyksta susirinkimas;
2. planuojama darbo diena;
3. atliekamos a grupės užduotys;
4. nėra teisingo atsakymo.

2. „Pareto“ principas dar yra vadinamas:

1. ABC taisykle;
2. 20/80 taisykle;
3. nėra teisingo atsakymo;
4. a ir b atsakymai yra teisingi.

3. Laiko planavimo metodas, kurį sudaro nežinomos veiklos, rutininės veiklos, laisvo įsipareigojimo užduotys, yra vadinamas:

1. „Buferio“ principu;
2. ABC taisykle;
3. „RXO“ metodu;
4. „Alpen“ metodu.

4. Koks tai laiko planavimo metodas, kuris „reikalauja“ bent 8 minučių laiko planavimo darbams atlikti?

1. „Pareto“ metodas;
2. ABC taisyklė;
3. „Buferio“ metodas;
4. „Alpen“ metodas.

5. Eizenhauerio metodas dar yra vadinamas:

1. 20/80 taisykle;
2. ABC taisykle;
3. „Atvirų durų“ taisykle;
4. nėra teisingo atsakymo.

6. „Buferio“ principą sudaro:

1. 60 proc. suplanuotos veiklos, 20 proc. netikėtos veiklos, 20 proc. spontaniškos veiklos;
2. 40 proc. suplanuotos veiklos, 40 proc. netikėtos veiklos, 20 proc. spontaniškos veiklos;
3. 60 proc. suplanuotos veiklos, 30 proc. netikėtos veiklos, 10 proc. spontaniškos veiklos;
4. nėra teisingo atsakymo.

7. ABC taisyklės turinį sudaro:

1. A – svarbiausios veiklos, jas reikia atlikti nedelsiant, B – veiklos, kurios deleguojamos darbuotojams, C – atliekamos, kai turime laiko;
2. A –svarbiausios veiklos, jas reikia atlikti nedelsiant, B – veiklos, kurios įtraukiamos į kalendorių, C – deleguojamos darbuotojams;
3. A – deleguojamos veiklos darbuotojams, jas reikia atlikti nedelsiant, B – veiklos, kurios įtraukiamos į kalendorių, C – atliekamos, kai turime laiko;
4. nėra teisingo atsakymo.

8. Su kuriuo laiko planavimo principu, metodu, taisykle yra susijusi „Auksinė valanda“?

1. „Pareto“ principu;
2. ABC taisykle;
3. „Buferio“ principu;
4. „Alpen“ metodu.

9. „Auksinė valanda“: ką ji reiškia?

1. per tą valandą atliekami patys svarbiausi darbai;
2. per tą valandą yra deleguojamos užduotys darbuotojams;
3. per tą valandą galima daryti pageidaujamas veiklas, nes tai sutaupytas laikas;
4. nėra teisingo atsakymo.

10. 20/80 taisyklė, jos turinys yra susijęs su:

1. 20 laiko darbo dienos laiko vadovas skiria užduočių atlikimui, rezultatas – 80 proc.;
2. 80 proc. darbo dienos laiko vadovas skiria užduočių atlikimui, rezultatas – 20 proc.;
3. 20 laiko darbo dienos laiko vadovas skiria užduočių delegavimui, rezultatas - 80 proc.;
4. nėra teisingo atsakymo.

11. Kuris iš pateiktų teiginių neteisingas?

1. Prievolės turi būti vykdomos sąžiningai, tinkamai bei nustatytais terminais pagal įstatymų ar sutarties nurodymus, o kai tokių nurodymų nėra, – vadovaujantis protingumo kriterijais;
2. Jeigu vienai iš šalių prievolės vykdymas kartu yra ir profesinė veikla, ši šalis turi vykdyti prievolę taip pat pagal tai profesinei veiklai taikomus reikalavimus;
3. Kiekviena šalis turi atlikti savo pareigas kuo ekonomiškiau ir vykdydama prievolę bendradarbiauti su kita šalimi (šalių pareiga kooperuotis);
4. Jeigu skolininkas, vykdydamas prievolę, naudojasi kitų asmenų pagalba, tai jis už tų asmenų veiksmus neatsako kaip už savo.

12. Pagrindinis teisės aktas, reglamentuojantis pirkėjo ir pardavėjo pareigas, teises ir atsakomybę, yra:

1. Lietuvos Respublikos Civilinis kodeksas;
2. Lietuvos Respublikos Administravimo įstatymas;
3. Lietuvos Respublikos mažųjų įmonių įstatymas.

13. Kuriame LR kodekse nurodoma, kad terminą įvykdyti piniginę prievolę praleidęs skolininkas privalo mokėti atitinkamas palūkanas už sumą, kurios nesumokėjo laiku:

1. LR Administracinių nusižengimų kodekse;
2. LR Civiliniame kodekse;
3. LR Baudžiamajame kodekse.

14. Ką e. prekyba pasiūlo verslui?

1. sunkesnį bendravimą su potencialiais pirkėjais;
2. tiesioginį bendravimą, informacijos pateikimą vartotojams;
3. lėšų taupymo galimybę, apyvartinių lėšų mažinimą.

15. Kuriai e. verslo rūšiai priklauso e. prekyba?

1. elektroninių žinių valdymui;
2. elektroniniam finansų valdymui;
3. elektroninei komercijai.

16. Kas yra pagrindinis e. prekybos objektas?

1. vietiniai ir tarptautiniai sandoriai, palaikomi moderniomis ryšio priemonėmis;
2. vietiniai pardavimai, palaikomi ryšio priemonėmis;
3. pirkimo ir pardavimo sutartys sudaromos tiesiogiai.

17. Kas nepriklauso e. prekybos dalyviams?

1. pirkėjai norintys ir galintys įsigyti elektroninių paslaugų;
2. interneto ir el. prekybos operacijų vykdytojai ir paslaugų teikėjai;
3. valstybinis centrinis bankas.

18. E. prekyba pasižymi trimis sudėtiniais elementais, kokie jie?

1. dalyviai, procesai, tinklai;
2. tinklai ir jų sistemos, klientai, logistika;
3. tyrimai, veiksmai, pardavimai.

19. Kas nepriklauso e. prekybos rūšims?

1. elektroninė bankininkystė;
2. elektroniniai aukcionai;
3. užsakymai naudojant paštą.

20. Nuo ko labiausiai priklauso e. prekybos paklausa?

1. informacinių technologijų naudojimas tarp klientų;
2. informacinių technologijų naudojimas prekybos įmonėje;
3. globalizacijos procesų prekyboje.

21. Nuo ko labiausiai priklauso e. prekybos infrastruktūros veiksmingumas?

1. informacijos patikimumo;
2. įmonės gebėjimo paslėpti trūkumus;
3. e. parduotuvės struktūros patogumo.

22. Kuris iš išvardintų teiginių apibūdina e. prekybos privalumą?

1. siaura vieta populiarinant prekinį ženklą;
2. nėra jokių principinių verslo vietos ir laiko apribojimų verslui plėtoti;
3. informacija keičiasi ne akimirksniu.

23. Kuris iš išvardintų teiginių apibūdina e. prekybos trūkumą?

1. kiekvieno kliento veiksmo fiksavimas;
2. padeda diferencijuoti produkciją, pritaikyti ją konkrečiam klientui;
3. muito mokesčiai, persiuntimo išlaidos, kurios, beje, priklauso nuo vietos pasaulyje.

24. Kada pradedamas formuoti e. parduotuvės asortimentas?

1. atlikus vartotojų poreikių tyrimą;
2. suformulavus asortimento politikos tikslus;
3. atlikus konkurentų asortimento įvertinimą.

25. Kuo skiriasi elektroninis katalogas nuo įprasto?

1. informacijos apie prekę pateikimu;
2. katalogo pateikimo galimybėmis klientui;
3. puslapių skaičiumi.

26. Kuris iš išvardintų dokumentų e. prekyboje yra svarbiausias?

1. pirkimo-pardavimo sutartis;
2. elektroninis komercinis pasiūlymas;
3. važtaraštis.

27. Kaip dažniausia e. parduotuvėje įvardinamos sąlygos, apibūdinančios pirkėjo ir pardavėjo atsakomybę, pristatymo sąlygas, gražinimo galimybes, garantijas ir panašiai?

1. pardavimo sąlygos;
2. pirkimo sąlygos;
3. pirkimo-pardavimo taisyklės;
4. prekybos sąlygos.

28. Koks pagrindinis duomenų bazių vaidmuo e. prekyboje?

1. galimybė gauti visus duomenis apie klientus;
2. identifikuoti naujus pelningus verslo šaltinius, taupant lėšas;
3. klientų sekimas.

29. Koks yra antras žingsnis kuriant e. parduotuvės klientų duomenų bazę?

1. diferencijuoti vartotojų informaciją;
2. užtikrinti klientų duomenų saugumą;
3. informacijos radimas ir tvarkymas.

30. Kokia priemonė yra naudojama e. parduotuvės klientų duomenų bazės informacijai apsaugoti?

1. kodavimas;
2. šifravimas;
3. slėpimas.

31. Kuris iš e. prekyboje naudojamų apmokėjimų būdų įmonei nesudaro išlaidų?

1. bankinis pavedimas;
2. mokėjimas per bankines sistemas;
3. mokėjimas per kitas mokėjimų sistemas.

32. Kokie dokumentai pateikiami klientui gavus užsakytas prekes iš e. parduotuvės, kai prekes pristato pačios įmonės kurjeris?

1. sąskaita-faktūra arba važtaraštis;
2. sąskaita-faktūra;
3. sąskaita-faktūra arba važtaraštis, prekių pristatymo kvitas.

33. Kurias iš čia išvardintų prekių e. erdvėje pardavėjas gali nepriimti kaip grąžinamas?

1. kūdikių drabužėlius, žaislus, kosmetiką;
2. smulkią buitinę techniką, avalynę;
3. viršutinius rūbus, sporto reikmenis.

34. Per kokį laiką e. erdvėje pardavėjas turi visiškai atsiskaityti su klientu (grąžinti pinigus), jeigu buvo nutraukta pirkimo-pardavimo sutartis?

1. per 14 dienų;
2. per 30 dienų;
3. per 3 mėnesius.

35. Prieš sudarant bet kokią nuotolinės prekybos sutartį, pardavėjas vartotojui neprivalo raštu ar kita jam prieinama ilgalaike forma suteikti informaciją apie:

1. teikėjo tapatybę, pagrindines prekių ir paslaugų ypatybes;
2. prekių tiekėjus ir jų charakteristikas;
3. mokėjimo, pristatymo tvarką.

*5 užduotis.* PAGAL PATEIKTUS PLANŲ APRAŠYMUS NURODYKITE, KOKIAM PLANO TIPUI JIS YRA BŪDINGAS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Plano tipo aprašymas** | **Plano tipas** |
| Planavimas apima ilgą laiko tarpą atliekamą veiklą, planavimo trukmė daugiau nei 5 metai. Kai kuriais atvejais planas gali tęstis kelis dešimtmečius. |  |
| Planas sudaromas norint pasiekti pagrindinius e. įmonės tikslus. Laiko trukmės atžvilgiu planas yra ilgalaikis planas. |  |
| Planas, kuris parodo, kaip bus įgyvendinamas strateginis planas kasdieninėje veikloje. |  |
| Planas, susijęs su žemesniojo lygmens vadovais, jie sudaromi vienerių ir trumpesniam laikotarpiui. |  |
| Planas apima laikotarpį nuo vienerių metų, jis apima veiklas iš strateginio plano, dažniausiai 1–5 metus. Vidutinės trukmės planavimas fokusuojamas į veiklą, kuri turi būti įvykdyta pokyčių turinčiame planavime. |  |

*6 užduotis.*IŠREITINGUOKITE PATEIKTAS TURINIO RINKODAROS PRIEMONES NUO (1) MAŽIAUSIAI EFEKTYVIOS IKI EFEKTYVIAUSIOS (7).

|  |  |
| --- | --- |
| **Turinio rinkodaros priemonė** | **Efektyvumo reitingas** |
| Tinklaraščiai |  |
| Tyrimų ataskaitos |  |
| Asmeniniai įvykiai (istorijos) |  |
| Turinys socialinėje žiniasklaidoje |  |
| Prekės ženklo turinio įrankiai |  |
| Atvejų studijos |  |
| Straipsniai savuose tinklalapiuose |  |

*7 užduotis.*PRIE PATEIKTŲ TEIGINIŲ PRISKIRKITE ATITINKAMĄ AR ATITINKAMUS PRISTATYMO BŪDUS.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Galimybė apmokėti už pirkinį jį atsiimant |  |  | A | Prekių atsiėmimas punktuose |
| 2. | Svarbiausi tūrio parametrai |  | B | Pristatymas e. įmonės transportu |
| 3. | Pristatymo integravimas į e. pardavimo platformą lengviausias, bet sąnaudos brangiausios |  | C | Pristatymas kurjeriu |
| 4. | Pristatymo diegimui e. prekybos platformoje reikalingos paslaugos sutartys |  | D | Pristatymas paštomatu |
| 5. | Greičiausias pristatymo būdas |  | E | Pristatymas paštu |
| 6. | Patogiausias pristatymo būdas asmenims, kurie dažnai keičia savo lokaciją |  |  |  |
| 7. | Norint įsidiegti šį pristatymo būdą reikalingas specifinis modulis ar įskiepis |  |  |  |
| 8. | Pristatymo būdo diegimui į e. prekybos platformą nereikia papildomų modulių ar įskiepių |  |  |  |
| 9. | Kuris pristatymo būdas naudojamas norint užsakymą pristatyti pagal konkretų adresą |  |  |  |
| 10. | Galimybė atsiskaityti už pirkinį su banko kortele atsiimant |  |  |  |

*8 užduotis.*KURIE TEIGINIAI APIE PREKIŲ PARUOŠIMĄ SIUNTIMUI YRA TEISINGI (T), O KURIE NETEISINGI (N).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Teiginiai apie prekių paruošimą siuntimui** | **T / N** |
| 1. | Tamprioji plėvelė prekės pakuote nelaikoma. |  |
| 2. | Kiekvieną prekę rekomenduojama apvynioti 5 cm storio pakavimo medžiaga ir sudėti taip, kad iki dėžės sienelių liktų 5 cm tarpas. |  |
| 3. | Oro maišelius naudoti rekomenduojama ertmėms užpildyti siuntose su įvairaus svorio prekėmis. |  |
| 4. | Ruošiant siuntą siuntimui paštomatu siuntos svoris negali viršyti 20 kg. |  |
| 5. | Prekių pakuotės ertmėms užpildyti galima naudoti laikraščius, drabužius, rankšluosčius. |  |
| 6. | Norint, kad prekės siuntimo pakuotė nesubliūkštų, ji turi atlaikyti statinį, 7–8 kartus didesnį už jos pačios svorį, spaudimą. |  |
| 7. | Tinkama prekės išorinė pakuotė – tai tvirta, sandariai uždaryta dėžė, kuri yra užklijuota bent trijose vietose per visą apimtį. |  |
| 8. | Prekės siuntos išorinis pakavimas privalo atlaikyti įstrižinį kritimą iš 0,80–1 m aukščio. |  |
| 9. | Jei skystos prekės siunčiamos bakuose ar kituose specialiuose induose, siuntimo kompanija privalo užtikrinti, kad indai būtų visiškai sandarūs ir skysčiai neištekėtų vartant pakuotes. |  |
| 10. | Prekių pakuotės su lengvo ir vidutinio svorio daiktais ertmėms užpildyti galima naudoti glamžytą tvirtą popierių. |  |
| 11. | Prekės siuntos lipdukas gali būti klijuojamas ant pakuotės bet kurios briaunos ar kito lygaus paviršiaus. |  |
| 12. | Idealus prekės siuntimo temperatūrinis pakavimas susideda iš šalčio akumuliatorių, putų polistirolo termoizoliacinės dėžės su dangčiu ir išorinės gofruoto kartono pakuotės. |  |

# *9 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

1. Kokios ataskaitos spausdinamos kasos aparatais?

1. X, Z, suminė;
2. X nulinė, įdėjimo į kasą, išėmimo iš kasos;
3. Z nulinė, X nulinė, GT ataskaita.

2. Kada galima spausdinti,,X“ ataskaitą?

1. ryte prieš pradedant darbą;
2. pagal poreikį;
3. ryte ir dienos eigoje, pagal poreikį.

3. Kada spausdinama,,Z“ ataskaita?

1. ryte prieš pradedant darbą;
2. vakare, pabaigus darbą;
3. mėnesio pabaigoje.

4. Kada spausdinamos suminės laikotarpio ataskaitos?

1. mėnesio 15 ir paskutinę mėnesio dieną;
2. darbo dienos pabaigoje;
3. mėnesio pabaigoje.

5. Kokių pareigybių asmenys gali spausdinti ataskaitas?

1. asmuo dirbantis kasos aparatu, kuriam suteikta tokia teisė;
2. bet kuris pardavėjas, kuris dirba toje pačioje parduotuvėje;
3. mėnesio pabaigoje gali spausdinti tik vadovas.

6. Kokių spausdinamų ataskaitų neprivaloma saugoti?

1. Z ataskaitų, kurias spausdiname dienos eigoje;
2. suminių ataskaitų, kurias spausdiname dienos eigoje;
3. X ataskaitų, kurias spausdiname dienos eigoje.

7. Kokias ataskaitas saugoti privaloma?

1. X nulinę, Z ataskaitą bei sumines ataskaitas;
2. Z ataskaitą, kurią spausdiname dienos eigoje;
3. X ataskaitas, kurias spausdiname dienos eigoje.

8. Kokios gali būti kontrolinės juostos?

1. spausdinama ir nespausdinama;
2. popierinė ir elektroninė;
3. tik popierinės.

9. Kaip apiforminama kontrolinė juosta?

1. pažymima pradžios ir/ar pabaigos data, forminančio asmens vardas, pavardė, parašas ir data;
2. pažymima pradžios ir/ar pabaigos data ir parašas;
3. kontrolinių juostų atskirai forminti nereikia.

10. Kodėl reikia apiforminti kasos aparatu pinigų įdėjimą į stalčių?

1. apiforminti nereikia, tiesiog fiziškai įsidedame pinigus į stalčių ir dirbame;
2. jei neapiforminsime pinigų įdėjimo, neatitiks faktinis pinigų likutis su ataskaitoje rodomu pinigų likučiu;
3. jei neapiforminsime pinigų įdėjimo, neatitiks faktinis pinigų likutis su ataskaitoje rodoma dienos pardavimų suma.

*10 užduotis.* PAGAL PATEIKTUS DUOMENIS ATSAKYKITE Į KLAUSIMUS IR APSKAIČIUOKITE REIKIAMAS SUMAS.

Verslininkas perparduodantis ūkines prekes elektroninėje parduotuvėje per sausio mėnesį pirko tokių prekių (apskaita vedama kaupimo principu):

|  |  |
| --- | --- |
| **Prekė** | **Suma** |
| Grindų valiklis | 500 eur |
| Šluotos | 403 eur |
| Šluostės | 531 eur |
| Kibirai | 634 eur |
| Šepečiai | 346 eur |
| Grindų šluostė | 456 eur |

Per sausio mėnesį verslininkas pardavė šias prekes, už jas gavo išvardintas sumas:

|  |  |
| --- | --- |
| **Prekė** | **Suma** |
| Grindų valiklis | 700 eur |
| Šluotos | 521 eur |
| Šluostės | 403 eur |
| Kibirai | 566 eur |
| Šepečiai | 500 eur |
| Grindų šluostė | 365 eur |

Sandėlyje sausio 31 d. liko:

|  |  |
| --- | --- |
| **Prekė** | **Suma** |
| Grindų valiklis | 100 eur |
| Šluotos | 50 eur |
| Šluostės | 305 eur |
| Kibirai | 200 eur |
| Šepečiai | 50 eur |
| Grindų šluostė | 256 eur |

Už parduotas prekes verslininkas gavo iš karto 2000 eur (per sausio mėnesį), dar 1055,00 gaus per 10 dienų (vasario mėnesį).

1. Kokios yra verslininko veiklos pajamos, įplaukos, išlaidos ir sąnaudos sausio mėnesį?

2. Apskaičiuokite verslininko pinigų padidėjimą ar sumažėjimą ir pelną arba nuostolį, taip pat pelno mokestį (jei pelno mokestis 15 procentų).

3. Apskaičiuokite, kiek iš kiekvienos prekės atskirai uždirbo verslininkas.

# *11 užduotis.* PAGAL PATEIKTUS DUOMENISUŽPILDYKITE KASOS PAJAMŲ ORDERĮ.



Kasos pajamų orderio serija DDD Nr. 954123, 20XX m. sausio 15 d.

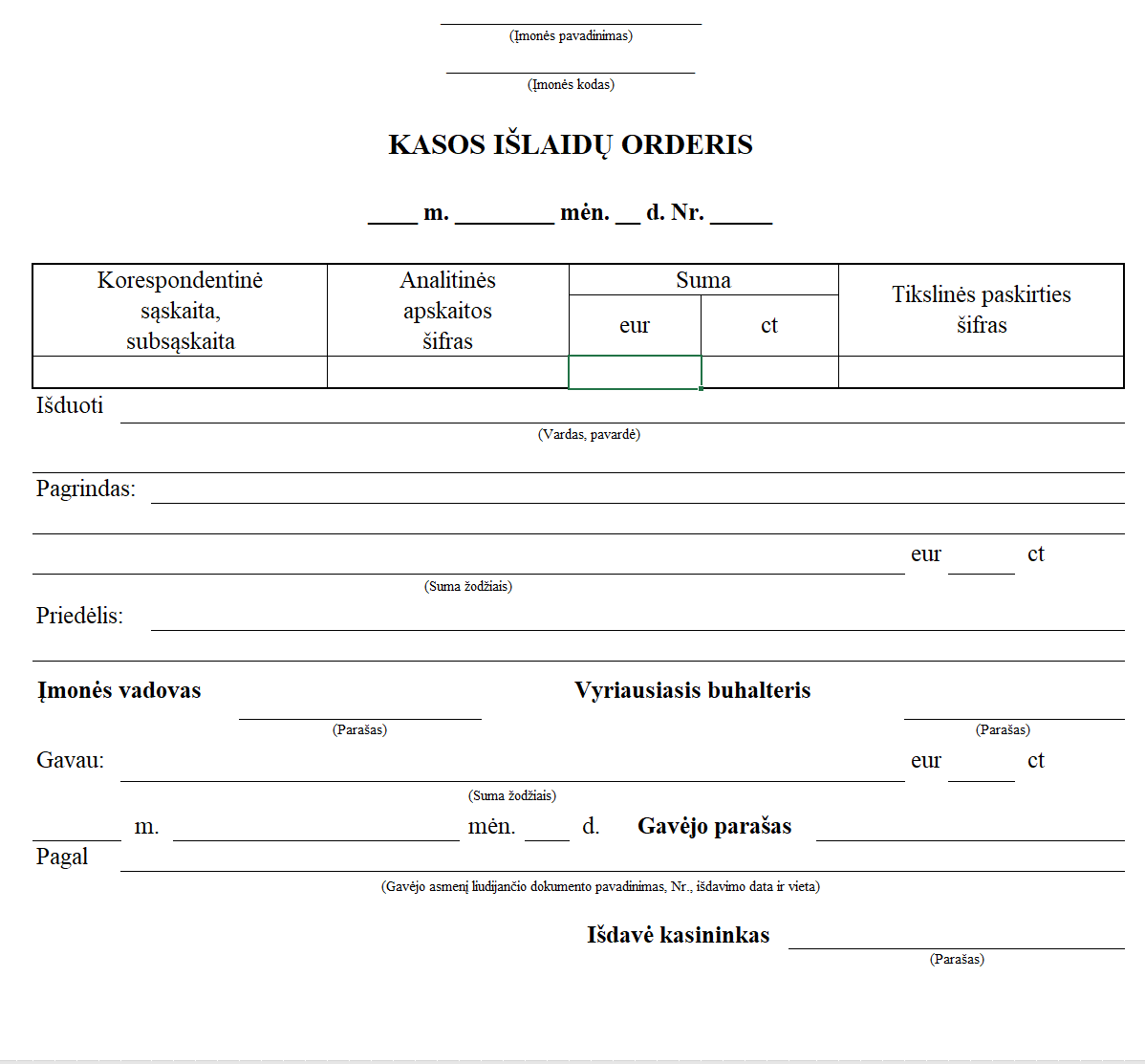
Įmonė priimanti pinigus: UAB „Rasa“, įmonės kodas 9874568529.

Pinigus įneša UAB „Rasa“ vadybininkė Vardenė Pavardenė, pagal pinigų priėmimo kvitą PP Nr.15. Įnešama suma – 350,00 eur.

Vyr. buhalteris Vardenis Pavardenis

Kasininkas Vardė Pavardenytė

# *12 užduotis.* PAGAL PATEIKTUS DUOMENISUŽPILDYKITE KASOS IŠLAIDŲ ORDERĮ.



20XX m. liepos 15 d. kasos išlaidų orderio serija APM Nr. 986324 išduoti pinigai 580,00 eur UAB „Grybas“ vadybininkui Lukui Kliunkai ūkinėms prekėms pirkti pagal 20XX m. liepos 15 d. direktoriaus įsakymą nr. XI-856 m.

Įmonės duomenys:

Pavadinimas – UAB „Grybas“

Adresas – Vytauto g. 167, Šiauliai

kodas – 963587456

Vyr. buhalteris – Lukas Pačiolaitis

Direktorė – Irma Lekavičienė

Kasininkas – mokinys

*13 užduotis.* UŽPILDYKITE LENTELĘ APSKAIČIUODAMI REIKIAMAS SUMAS.

Prekių antkainis, kurį taiko įmonė, yra 15 procentų.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Prekė** | **Kiekis (vnt.)** | **Vieneto kaina (eur)** | **Antkainio suma (eur) vienam vienetui** | **Vieneto kaina su antkainiu (eur)** | **Suma su antkainiu (eur)** | **PVM mokestis (21 %)** | **Pardavimo kaina (eur)** |
| 1 | Rašiklis | 10 | 5,40 |  |  |  |  |  |
| 2 | Pieštukas | 20 | 0,10 |  |  |  |  |  |
| 3 | Sąsiuvinis linijomis | 15 | 0,15 |  |  |  |  |  |
| 4 | Sąsiuvinis langeliais | 30 | 0,20 |  |  |  |  |  |
| 5 | Piešimo sąsiuvinis | 8 | 1,50 |  |  |  |  |  |
| 6 | Užrašų knygelė | 12 | 2,35 |  |  |  |  |  |
| 7 | Stalinis kalendorius | 10 | 1,80 |  |  |  |  |  |
| 8 | Liniuotė | 10 | 0,50 |  |  |  |  |  |
| 9 | Spalvoti pieštukai | 15 | 1,35 |  |  |  |  |  |
| 10 | Žymeklis | 20 | 0,99 |  |  |  |  |  |
|  | **Iš viso:** |  |  |  |  |  |  |  |

*14 užduotis.* LENTELĖJE NURODYTOS PREKYBINĖS NUOLAIDOS. APSKAIČIUOKITE REIKIAMAS LENTELĖS SUMAS.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Prekė** | **Vieneto kaina (eur)** | **Prekybinė nuolaida 5 % (eur)** | **Vieneto kaina (eur) su nuolaida** |
| 1 | Rašiklis | 1,20 |  |  |
| 2 | Pieštukas |  | 0,01 | 0,09 |
| 3 | Sąsiuvinis linijomis | 0,20 |  |  |
| 4 | Sąsiuvinis langeliais |  | 0,01 | 0,14 |
| 5 | Piešimo sąsiuvinis | 2,30 |  |  |
| 6 | Užrašų knygelė |  |  | 5,14 |
| 7 | Stalinis kalendorius | 4,30 |  |  |
| 8 | Liniuotė | 0,23 |  |  |
| 9 | Spalvoti pieštukai |  | 0,12 | 2,23 |
| 10 | Žymeklis |  |  | 0,76 |

*15 užduotis.* IŠ PATEIKTŲ TEIGINIŲ SĄRAŠO IŠRINKITE TUOS, KURIE APIBŪDINA E. PREKYBOS STRUKTŪRINES DALIS.

1. informacijos apie įmonę, jos gaminius paskelbimas, atnaujinimas, priežiūra ir teikimas;
2. reklamos organizavimas elektroniniu paštu naudojant kaičiąją reklamą (angl. *banner),* kitas interneto priemones;
3. rinkos dalyvių pasikeitimas informacija;
4. korporaciniai prekybos tinklai, savanoriški tinklai, mažmenininkų kooperatyvai, vartotojų kooperatyvai, frančizės organizacijos;
5. finansinių operacijų atlikimas virtualioje erdvėje;
6. prekių pristatymas ar paslaugų suteikimas;
7. ryšių su pirkėjais ir klientais vadyba;
8. parduotuvės dydis bei prekių kainų lygis;
9. prekinių materialinių srautų, užsakymų, kitų duomenų apie pirkėjus, klientus, partnerius kaupimo, apdorojimo ir saugojimo modelis, kuris gali būti CRM veiklos pagrindas arba jos sudėtinė dalis;
10. reikalingos informacijos apsaugos, konfidencialumo ir autentiškumo užtikrinimas.
11. savitarnos principu dirbanti parduotuvė, siūlanti pirkėjams platų maisto prekių ir pagrindinių kasdieninės paklausos ne maisto prekių asortimentą;
12. rinkotyros, planavimo, pardavimo rėmimo, konsultavimo, atskirų pardavimo operacijų atlikimas ir sandorių sudarymas.

*16 užduotis.* UŽBAIKITE SU TIPINIŲ E. PREKYBOS PLATFORMŲ ADMINISTRAVIMU SUSIJUSIAS SITUACIJAS.

1. Norėdami į e. prekybos platformą užregistruoti naują darbuotoją, jūs:

2. Jums reikia padaryti e. prekių ar paslaugų asortimento monitoringą, jūsų veiksmai e. prekybos platformoje:

3. Norėdami e. prekybos platformoje koreguoti e. prekių ar paslaugų vizualinį turinį jūs:

4. Jums reikia įsidiegti naują e. prekybos programinės įrangos modulių jūs:

5. Jums reikia komunikuoti su klientais per e. prekybos platformą jūs:

6. Matote kelias klaidas savo e. prekybos platformoje, jūs:

*17 užduotis.* UŽPILDYKITE SUTIKRINIMO ŽINIARAŠTĮ.

UAB „Batas“ (įmonės kodas: 123456321) sutikrinimo žiniaraščio (Nr. SA-02) sudarymo pagrindas yra inventorizacijos aprašas Nr. TT-15, surašytas 20XX m. gruodžio 30 d., tą pačią dieną ir atlikta inventorizacija. Materialiai atsakingas asmuo yra sandėlininkas Antanas Pavardis. Buhalterė Vardė Pavardenė. Sutikrinimo aktą užpildykite iki vadovo sprendimo dėl rezultato.

# 

# 

# Modulis „Elektroninė komunikacija su vartotoju“

*1 užduotis.*PASITIKRINKITE, AR TEISINGAI SUPRANTATE PATEIKTAS SĄVOKAS. IŠ SĄRAŠO PARINKITE IR ĮRAŠYKITE TRŪKSTAMUS ŽODŽIUS.

|  |
| --- |
| pardavėjo bendravimas; elgesio taisyklių; gauti žinutes; keitimasis informacija; suskirstymas; taisyklių; naudingi; etikos klausimus; vyksta internetu; vartotojas/ pirkėjas; informacijos; yra informacija; priešingų nuomonių, tikslų; tam tikrą požymį; konkrečias problemas; aktyvumą. |

1. Komunikacija yra , naudojant kokią nors ženklų sistemą.

2. Elgesio kultūra nusako , etiketo išmanymą.

3. Verslo etika – tai moralinių principų ir standartų visuma, sprendžianti verslo pasaulyje.

4. Tinklo etiketas – bendravimo ž[iniatinklio](https://lt.wikipedia.org/wiki/%C5%BDiniatinklis) rinkinys, žiniatinklio etiketas.

5. Elektroninė prekyba – tai prekybos būdas, kai prekių ar paslaugų pirkimas ir pardavimas .

6. Internetinis puslapis arba tinklalapis yra išteklius žiniatinklyje, kuris gali būti pasiektas naudojantis naršykle.

7. Elektroninis paštas yra būdas kurti, siųsti ir per elektronines komunikavimo (ryšio) sistemas.

8. Reklama – kaip objektas , skirta paveikti potencialius vartotojus, tikslinę grupę atlikti įvairius veiksmus, susijusius su [prekės](https://lt.wikipedia.org/wiki/Prek%C4%97) ar [paslaugos](https://lt.wikipedia.org/wiki/Paslauga) [pirkimu](https://lt.wikipedia.org/wiki/Prekyba) ir [vartojimu](https://lt.wikipedia.org/wiki/Vartojimas).

9. Klientas – tam tikros įmonės gaminamų prekių ar teikiamų paslaugų .

10. Motyvas – skatinantis ir veiklos kryptį lemiantis veiksnys.

11. Segmentavimas – rinkos į atskiras identifikuojamas dalis.

12. Rinkos segmentas – tai pagal išskirta rinkos dalis, kai iš tai daliai priklausančių pirkėjų tikimasi vienodos reakcijos į rinkodaros veiksmus.

13. Dalykinis pokalbis – bendras dalyvių sprendimas aptarti arba planuoti būsimus veiksmus.

14. Konfliktai – tai , pozicijų ar pažiūrų susidūrimas, rimti nesutarimai, lydimi nemalonių jausmų.

15. Manipuliacija – užslėptas psichologinis poveikis, kuriuo siekiama sužadinti tokius ketinimus ir veiksmus, kurie įgyvendinant iniciatoriaus tikslus ir norus.

16. Asmeninis pardavimas – tai tiesioginis su potencialiu pirkėju siekiant jam parduoti prekę.

*2 užduotis.* ATRINKITE VEIKSNIUS, GALINČIUS IŠKREIPTI INFORMACIJĄ, IR PAŽYMĖKITE ATITINKAMAME LENTELĖS STULPELYJE.

Nemokėjimas klausytis – yra viena pagrindinių neefektyvaus bendravimo priežasčių. Dažniausiai nesiklausoma pašnekovo dėl vidinių ar išorinių barjerų.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nedėmesingumo veiksniai | Atsakymai | |
| Vidiniai klausymosi barjerai | Išoriniai klausymosi barjerai |
| Išankstinis nusistatymas |  |  |
| Transporto, elektros prietaisų keliamas triukšmas |  |  |
| Kalbančiojo kalbos kultūra, individualios ypatybės |  |  |
| Neįdomu |  |  |
| Savi apmąstymai |  |  |
| Bloga akustika |  |  |
| Neigiamos emocijos |  |  |
| Nuovargis |  |  |
| Telefono skambučiai |  |  |

*3 užduotis.*UŽPILDYKITE LENTELĘ ĮRAŠYDAMI TINKAMAS Į POKALBĮ ĮTERPTAS FRAZES.

Nesusikalbėjimai galimi dėl įvairiausių priežasčių. Norėdami išsiaiškinti, ar teisingai supratote klientą, pasinaudokite reflektyvaus klausymosi stiliais.

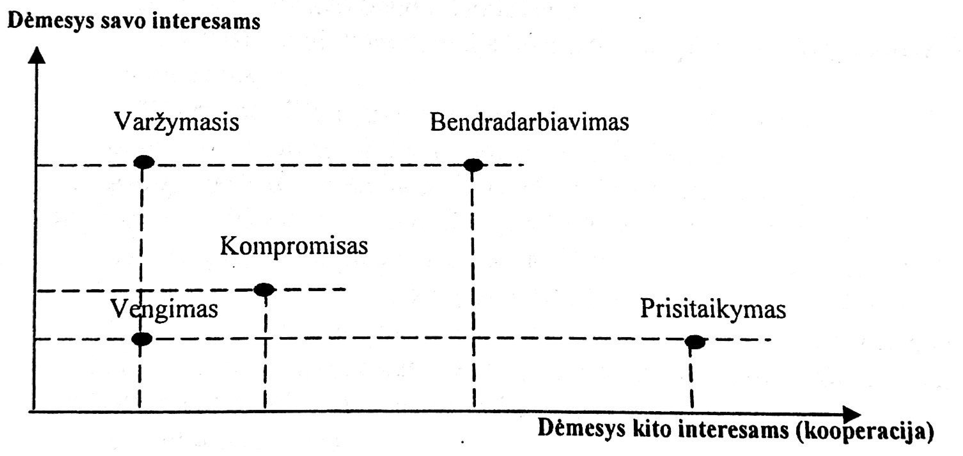
|  |  |
| --- | --- |
| Reflektyvaus klausymosi stiliai | Atsakymų formuluotės (frazės) |
|
| Pasitikslinimas |  |
| Perfrazavimas |  |
| Apibendrinimas |  |

*4 užduotis.*PAŽYMĖKITE, AR PATEIKTI TEIGINIAI APIE DALYKINIO ELEKTRONINIO LAIŠKO RAŠYMO REIKALAVIMUS YRA TEISINGI AR KLAIDINGI. ATSAKYMUS PAGRĮSKITE.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Teiginys | **Teisingas – „T“** Klaidingas – „K“ | Argumentai |
| Privaloma nurodyti laiško temą (antraštę), kad gavėjas iš anksto žinotų informaciją apie laiško turinį. |  |  |
| Laiško pradžioje nebūtina pasisveikinti. |  |  |
| Laiško tekstas nestruktūruotas, informacijos pateikiama kuo daugiau, naudojami trumpiniai, pasidalinama pastebėjimais, papildoma šypsenėlėmis ir jaustukais. |  |  |
| Kiekvienas laiškas turėtų būti rašomas pagal raštvedybos reikalavimus. |  |  |
| Laiško pabaiga nėra svarbi, svarbiausia nepamiršti prierašo, jog laukiamas atsakymas. |  |  |
| Laišką privalu pasirašyti. |  |  |
| Laiškas prieš išsiunčiant perskaitomas, išanalizuojamas. |  |  |

*5 Užduotis.*TRUMPAI APIBŪDINKITE KONFLIKTO SPRENDIMO STRATEGIJAS PAGAL PATEIKTĄ PAVYZDĮ.

Konflikto sprendimo strategijos priklauso nuo to, į kieno interesus nukreipiamas dėmesys: į asmeninius ar į kito asmens.



1 pav. Konflikto sprendimo strategijos.

Šaltinis: Monginaitė, L. (2010). *Bendravimo psichologija*. Vilnius: Technika.

Pavyzdys. Vengimo strategija. Konflikto dalyviai nesiima jokių aktyvių veiksmų, neginamos savos teisės, su niekuo nesitariama dėl sprendimo. Iš konflikto pasitraukiama emociškai arba fiziškai.

strategija.

strategija.

strategija.

strategija.

*6 užduotis.* PAŽYMĖKITE TEISINGUS ATSAKYMUS (+), NETEISINGUS (–). IŠTAISYKITE TEISINGAIS.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kaip turėtume elgtis konfliktinėje situacijoje, kokių psichologinių rekomendacijų laikytis, užėmę trečiojo asmens – tarpininko poziciją?** | **Teisingi atsakymai** | **Ištaisyta** |
| Skatinti abiejų pusių lankstumą, atkreipti konfliktuojančių dėmesį į jų požiūrius. |  |  |
| Duoti kuo daugiau patarimų, ką konflikto dalyviai turėtų daryti, ar nurodyti konkrečius veiksmus. |  |  |
| Pasirinkti kurią pusę palaikyti ir vertinti konfliktuojančių elgesį, sprendimus. |  |  |
| Įsikišti ir priimti galutinį sprendimą, kai konfliktuojančių pusių sprendimai atrodo neprotingi. |  |  |
| Paprašyti, kad savo požiūrį abi pusės pateiktų kaip savo nuomonę, o ne kaip neginčijamus faktus. |  |  |
| Jei kuris iš konfliktuojančių pareiškia, ko jis nenori, pertraukti ir perklausti, o ko jis norėtų. |  |  |
| Kontroliuoti konfliktuojančių emocijas, padėti jas išsakyti žodžiais. |  |  |
| Pasistengti atskleisti konflikto dalyvių nesugebėjimą įsijausti į kito padėtį. |  |  |
| Nuolat priminti, kad dėl kai ko jau pasiektas susitarimas, paskatinti veikti paklausiant: „Ką jūs galvojate daryti toliau?“ |  |  |
| Nereaguoti į konfliktuojančių kategoriškus tvirtinimus, leisti išsikalbėti. |  |  |
| Paprašyti priešininkų susitapatinti požiūriais, rasti bendras vertybes. |  |  |
| Būti situacijos „gelbėtoju“, įsitraukti į problemos išaiškinimą kiek įmanoma labiau, rasti sprendimą. |  |  |

*7 užduotis.* SUSIEKITE KONFLIKTIŠKŲ ASMENYBIŲ TIPĄ SU JO APRAŠYMU.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Konfliktiškų asmenybių tipai** |  | **Aprašymas** |
| 1. Demonstratyvus tipas | A Įtaigus, nesugeba analizuoti aplinkinių žmonių poelgių priežasčių, linkęs į kompromisus. |
| 2. Rigidiškas tipas | B Impulsyvus, nenuspėjamo elgesio, agresyvus, nesavikritiškas, pretenzingas. Iš gyvenimo patirties nepasimoko. Nesėkmių atveju linkęs kaltinti kitus. |
| 3. Nevaldomas tipas | C Kelia perdėtus reikalavimus sau ir kitiems, nerimastingas. Gali nutraukti ryšius net su draugais vien todėl, kad jam pasirodė, jog jį įžeidė, nenuspėjamo elgesio. |
| 4. Pedantiškas tipas | D Tiesmukas, nelankstus, įtarus, nelinkęs skaitytis su kitų nuomonėmis, labai sunkiai priima aplinkinių žmonių požiūrius. Liguistai įžeidus, nekritiškas sau. |
| 5. „Nekonfliktiškas“ tipas | E Nori būti dėmesio centre, gerai pasirodyti, Kilus konfliktinėms situacijoms, jaučiasi visai neblogai, lengvai įsivelia į paviršutiniškus konfliktus, nesirenka vengimo strategijos. |

*8 užduotis.* ĮRAŠYKITE KONFLIKTO EIGOS ETAPUS EILIŠKUMO TVARKA.

*9 užduotis.* IŠ ŽODŽIŲ SĄRAŠO IŠRINKITE ŽODŽIUS, SUSIJUSIUS SU E. PREKYBA IR JUOS IŠVERSKITE Į LIETUVIŲ KALBĄ. PARAŠYKITE SU KIEKVIENU JŲ SAVO SUKURTUS SAKINIUS.

B2B, B2C, B2M, Bank card, Medical card, Drop-Ship, invoice, FAQ, Cash, M-Commerce, Tips, Online, Brick and Mortar shop, Order tracking, Privacy policy, Return policy

*10 užduotis.* PAŽIŪRĖJĘ Į PRODUKTO ETIKETES UŽSIENIO KALBA, NUSTATYKITE, KOKS TAI PRODUKTAS.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a) | b) | c) |
| 3126866-0.png | ***DlYYUd_WsAEZLMn.jpg*** | EU-energy-label-4x4.png |
|  |  |  |
| d) | e) | f) |
| ***3001990-0.png*** | ***coffee machine.png*** | ***soap.png*** |
|  |  |  |
| g) | h) |  |
| ***cola.jpg*** | ***painkillers.jpg*** |  |
|  |  |  |

2 pav. Prekių etiketės.

Šaltinis: Autorių nuotraukos (2020)

*11 užduotis.*IŠDĖSTYKITE DIALOGO FRAZES EILĖS TVARKA.

*Consultant:* Well… first of all, please, tell me which colour do you prefer?

*Consultant*: Yes, sure. What item and what would you like to know?

*Customer:* I cannot choose whether to buy a white microwave or a red one.

*Customer:* Hello, could you please give me more information on one item?

*Customer:* I love black, but I do not want a black microwave.

*Consultant:* Maybe the colour is not so important, but you should choose which properties you prefer. For example, do you prefer a touch screen? Would you like your microwave bigger or smaller?

*Customer*: I believe a few times a week.

*Consultant:* How often are you going to use it?

*Consultant:* You are welcome.

*Consultant:* Great. Is there anything else I could assist you on?

*Customer:* No, thank you. You already helped me. Thank you.

*Customer:* I love the touch screen, I don’t need a big one, and I have made my mind, I want a white one.

*12 užduotis. PAŽYMĖKITE (+)TAISYKLINGĄ (AR KELIS TAISYKLINGUS!) SAKINĮ (SAKINIUS).*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Sakinys** | **Atsakymas** |
| 1. | a) Reikia viską padaryti, kad pritraukti daugiau klientų. |  |
| b) Reikia viską padaryti, kad pritrauktume daugiau klientų. |  |
| c) Reikia viską padaryti, norint pritraukti daugiau klientų. |  |
| 2. | a) Paduok, prašau man telefono kroviklį. |  |
| b) Prašau, paduok man telefono pakrovėją. |  |
| c) Prašau, paduok man telefono įkroviklį. |  |
| 3. | a) Jie atstovaus įmonę. |  |
| b) Jie atstovaus įmonei. |  |
| 4. | a) Daugiau dėmesio reikia kreipti įmonės reklamai. |  |
| b) Daugiau dėmesio reikia kreipti į įmonės reklamą. |  |
| c) Daugiau dėmesio reikia skirti į įmonės reklamą. |  |
| 5. | a) Po ilgų diskusijų pagaliau priėjome prie bendros nuomonės. |  |
| b) Po ilgų diskusijų pagaliau priėjome bendros nuomonės. |  |
| c) Po ilgų diskusijų pagaliau priėjome bendrą nuomonę. |  |
| 6. | a) Akcijų pardavimas vieninga kaina. |  |
| b) Reikėtų tartis dėl vieningos mokesčių sistemos. |  |
| c) Geros įmonės komanda – vieninga. |  |
| 7. | a) Pažiūrėkite, ar nepažeistas maisto prekių įpakavimas. |  |
| b) Prekės įpakavimas apsiuvant audeklu kainuoja 3 eurus. |  |
| c) Ne visų šokoladų įpakavimas gaminamas užsienyje. |  |
| 8. | a) Klientų, atrodo, randasi, vis daugiau. |  |
| b) Dabar kurjeris randasiVilniaus gatvėje. |  |
| c) Kur randasi jūsų įmonė? |  |
| 9. | a) Sekantis etapas – prekės pakavimas ir perdavimas kurjeriui. |  |
| b) Nieko nesuvokiantis apie verslą, sekantis beviltiškas pasakas žmogus sulaukė pritarimo. |  |
| c) Mūsų bendrovė, sekanti užsienio įmonės pavyzdžiu, pasiekė didelių laimėjimų. |  |
| 10. | a) Kalbėdami apie atostogas mes daug ką prisiplanuojame. |  |
| b) Kalbant apie atostogas mes daug ką prisiplanuojame. |  |
| c) Kalbant apie atostogas daug kas priplanuojama. |  |

*13 užduotis.* IŠTAISYKITE NETAISYKLINGUS SAKINIUS

1. Plečiasi e. parduotuvių tinklas.

1. Šiuo metu tai labiausiai aktualus klausimas.

1. Laidai jungiasi skirstytuvo dėžutėje.

1. Reikėtų pasiderėti apie didesnę nuolaidą.

1. Parduotuvė atsidaro 10 val.

1. Apskaičiavus pelną, nustebome savo uždarbiu.

1. Ši prekė buvo parduota du tūkstančiai trys šimtai dvidešimt penkiems pirkėjams.

1. Kad nesužlugdyti savo verslo, turime reaguoti į klientų pageidavimus.

1. Konferencijoje dalyvavo virš šimto žmonių.

1. Jūsų užsakymą atliksime trijų dienų laikotarpyje.

1. Individualios įmonės savininkės veikla atitinka aukščiau nurodytoms sąlygoms.

1. Nuostolis įvertintas šimtui eurų.

1. Darbdavys pakvietė pokalbiui penkis pretendentus.

1. Geras e. pardavėjas-konsultantas gerai žino dvi užsienio kalbas.

1. Mūsų prekės parduodamos štukomis.

*14 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

1. Profesinė etika – tai atskira etikos sritis, nustatanti reikalavimus bei standartus:

1. reikalingus aukštesnės kvalifikacijos darbuotojams;
2. kurių turi laikytis vienos ar kitos profesijos atstovai;
3. kurie padeda kelti darbo našumą, išlikti konkurencingais.

2. Etikos problema – tai netinkamai padarytas sprendimas ar atliktas veiksmas:

1. kada nesilaikoma susitarimo sąlygų, atsisakoma naudingos partnerystės;
2. pažeidžiant nusistovėjusias asmeninės ar profesinės etikos normas;
3. dėl tam tikrų priežasčių, neretai kaip aplaidumo rezultatas.

3. Moralinė atsakomybė – viena iš pagrindinių dorovės sąvokų:

1. nusakanti asmenybės santykį su jai keliamais doroviniais reikalavimais;
2. besiremianti etiniais principais ir verslo pasaulyje veikiančių standartų visuma;
3. kylanti iš pareigos jausmo, savigarbos ir įstatymų vykdymo.

4. Etikos kodekso misija – tarpininkauti formaliuose santykiuose tarp visuomenės ir atskiros profesijos ar organizacijos atstovų ir:

1. deklaruoti pagrindines vertybes, misiją, viziją;
2. sukurti deramą profesijos įvaizdį visuomenės akyse ir išsaugoti specialistų vertę;
3. nustatyti profesijos ar organizacijos narių tarpusavio bendravimo santykius.

5. Kuris teiginys apie etikos kodeksą netinkamas:

* 1. su etikos kodeksu turėtų susipažinti kiekvienas įmonės darbuotojas;
  2. veiksmingiausia, kai etikos kodekso įgyvendinimo procesas paliekamas savieigai;
  3. etikos kodeksas rengiamas konsultuojantis ir su vadovais, ir su pavaldiniais.

6. Verslo etika, tai:

* 1. moralinių principų ir standartų visuma, sprendžianti etikos klausimus verslo pasaulyje;
  2. įvaizdžio formavimo dalis visuomenės akyse;
  3. įvadinė bendrųjų nuostatų veiklos dalis, skirta aptarti pagrindinius darbo principus verslo srityje.

7. Etinių problemų versle nekyla:

* 1. kai verslo įmonės siekia savo tikslų skirtingais būdais ir skirtingomis priemonėmis;
  2. kai puoselėjamos tos pačios verslo įmonės ir darbuotojo moralinės vertybės;
  3. kai nesutampa įmonės kultūros ir darbuotojo kultūros lygis.

8. Interesų konfliktas – tai:

* 1. sutarimo tarp dviejų ar daugiau šalių nebuvimas asmeniniuose santykiuose;
  2. sutarimo tarp dviejų ar daugiau šalių nebuvimas darbiniuose santykiuose;
  3. sutarimo nebuvimas tarp dviejų verslo įmonių.

9. Europos Sąjungoje reklamą kontroliuoja:

1. organizacijų etikos kodeksai;
2. Tarptautinis reklamos kodeksas;
3. Baudžiamasis kodeksas.

10. Svarbiausias reklamos kodekso dėmesys nukreiptas:

1. į reklamos formą;
2. į reklamos gamintoją;
3. į reklamos turinį.

11. Konfliktas yra pozityvus, kai:

1. išryškindamas opias problemas skatina organizaciją efektyviau dirbti;
2. išsakydami savo nuomonę įveikiame priešininką;
3. provokuoja etinių problemų kilimą interesų ir bendravimo lygmenyje.

12. Organizacijos kultūra apima:

1. dominuojančius ir nusistovėjusius kultus, paklusnumą, ekonominių-socialinių pažiūrų darinius;
2. organizacijos narių išskirtinį elgesį, dažniausiai suvokiamą kaip dominuojantį;
3. dominuojančias normas ir vertybes, lemiančias darbuotojų elgesį, tarpusavio santykius toje organizacijoje.

13. Pažymėkite teisingą e. korespondencijos rašymo paraščių variantą:

1. kairioji – 30 mm, dešinioji – ne mažesnė kaip 10 mm, viršutinė – ne mažesnė kaip 20 mm, apatinė – ne mažesnė kaip 20 mm;
2. kairioji – 20 mm, dešinioji – ne mažesnė kaip 20 mm, viršutinė – ne mažesnė kaip 20 mm, apatinė – ne mažesnė kaip 10 mm;
3. kairioji – 30 mm, dešinioji – ne mažesnė kaip 20 mm, viršutinė – ne mažesnė kaip 20 mm, apatinė – ne mažesnė kaip 10 mm.

14. Išvardinkite siunčiamos e. dalykinės korespondencijos pagrindines sudedamąsias dalis:

1. adresatas, viza, tekstas, tvirtinimo žyma, laiško pabaiga;
2. adresatas, išsiuntimo žyma, tekstas, rašto pabaiga;
3. adresatas, laiško tema (antraštė), laiško tekstas, laiško pabaiga.

15. Kuri iš išvardintų interneto reklamos formų padėtų greičiau vartotojams surasti Jūsų internetinį puslapį ar el. parduotuvę ir prisidėtų prie vidinio SEO?

1. Facebook reklama;
2. GoogleAds;
3. reklaminiai skydeliai;
4. el. pašto reklama.

16. Komunikacijos procese norėdami perduoti informaciją, visų pirma kažką su ja reikia padaryti. Ką su informacija reikia padaryti norint ją perduoti?

1. koduoti ją;
2. dekoduoti ją;
3. nustatyti informacijos gavėją;
4. parinkti perdavimo priemonę.

17. Labas, dalyvauk mano žaidime! (Delma) Kokia tai reklaminės žinutės įžanga?

1. klausiamoji;
2. provokuojanti;
3. liepiamoji;
4. informuojanti.

18. Kuriuo pirkimo proceso metu reklama veikia stipriausiai?

1. vartojimo etapo metu;
2. pirkimo etapo metu;
3. priešpirkiminiu etapo metu;
4. po vartojimo etapo metu.

19. Kas neturi įtakos reklamos biudžeto dydžiui?

1. produkto pasiūla;
2. produktų asortimento diferencijavimas;
3. reklamos dažnumas;
4. rinkos dydis;
5. konkurencija;
6. produkto gyvavimo stadija.

20. Reklamos funkcijos: informuoti, skatinti, advokatauti, palyginti ir ... Kokios reklamos funkcijos trūksta?

1. priminti;
2. sudominti;
3. atskleisti;
4. argumentuoti.

21. Nuo ko reiktų pradėti reklamos kampanijos kūrimą?

1. nuo tikslų nustatymo;
2. nuo biudžeto nustatymo;
3. nuo tikslinės auditorijos nustatymo;
4. nuo reklamos kampanijos plano.

22. Tokie tikslai kaip padidinti prekės žinomumą, sukurti jos paklausą ar pakeisti nuomonę naudojami kuriant reklamas. Kokiems reklamos tikslams juos priskirtumėte?

1. reklaminiai;
2. komunikaciniai;
3. ekonominiai;
4. lyginamieji.

23. Facebook reklamą galima skleisti, tik turint kokį nors sukurtą puslapį. Kitų kanalų reklamos sklaidai nėra.

1. taip;
2. ne.

24. GoogleAds reklamos veikimas paremtas – finansais, kurie iš karto nuskaitomi nuo užsakovo sąskaitos, kai reklama pradeda veikti.

1. taip;
2. ne.

25. Reklamoje lyginamos skirtingo prekės ženklo produkto savybės nurodant abiejų prekių ženklus, kurie gana panašūs. Tokia lyginamoji reklama Lietuvoje leidžiama.

1. taip;
2. ne.

26. Youtube.com kanalu skleidžiama reklama - internetinės reklamos forma, kuri priklauso socialinių medijų reklamai.

1. taip;
2. ne.

27. Su kuo gali būti siejamas e. marketingo atsiradimas?

1. su kompiuterio atsiradimu;
2. su interneto atsiradimu;
3. su skaitmenine revoliucija versle.

28. Koks e. marketingo apibūdinimas netiktų?

1. tai procesas nukreiptas į vartotoją;
2. veikla pagrįsta vienapusišku bendravimu;
3. veikla pagrįsta informacinėmis ryšio technologijomis.

29. Kokie e. marketinge naudojami kompleksai?

1. 4P, I6;
2. 4P, I6, 4S;
3. I6, 4S.

30. Su kokiomis e. marketingo problemomis nesusiduria įmonės?

1. geografinė padėtis tarp pirkėjo ir pardavėjo;
2. greitas blogų naujienų sklidimas;
3. globaliniai skirtumai susiję su kultūrų, vertybių, prekių ir paslaugų pasirinkimu rinkose skirtumais.

31. Kokie e. marketingo komplekso elementai papildė klasikinį kompleksą 4P?

1. svetainė, sistema, prekinis ženklas;
2. prekė ženklas, bendruomenė;
3. apimtis, bendruomenė.

32. Kas yra e. marketingo struktūros centrinėje dalyje?

1. vartotojai;
2. infrastruktūra;
3. portalas.

33. „Tai tarsi kova dėl geresnės internetinės svetainės pozicijos paieškos sistemoje.“ Su kokiu interneto reklamos būdu susijusi frazė?

1. reklaminiai skydeliai;
2. Google Adwords;
3. SEO.

34. Kuri iš e. marketingo formų įmonei nesudaro tiesioginių išlaidų?

1. elektroninis paštas, reklaminiai skydeliai;
2. elektroninis paštas, tinklaraščiai;
3. elektroninis paštas, SEO.

35. Kodėl interneto kataloguose negalioja didžiausio spausdinto katalogo antraštė „Jei tavęs nėra pas mus, nėra iš viso“?

1. nes viskas priklauso nuo turinio kokybės;
2. nes viskas priklauso nuo darbo su paieškos sistemomis;
3. nes viskas priklauso nuo turinio ir darbo su paieškos sistemomis.

36. Kuris iš reklaminių skydelių yra pats efektyviausias, kaip reklamos priemonė?

1. animuoti skydeliai;
2. išsiplečiantys skydeliai;
3. iššokantys skydeliai.

37. Kuris teiginys neapibūdina skaitmeninio vartotojo?

1. daug pinigų, mažai laiko;
2. lėtėjantis gyvenimo tempas;
3. išaugęs technologijų naudojimas.

38. Kokį interneto vartotoją apibūdina šis pasakymas: „Jis dažniausiai yra jau susikūrę savo paieškos strategiją ir turi tam tikrų įpročių“?

1. taupantis – sandėrių ieškantis pirkėjas;
2. superpirkėjas;
3. pirkėjas entuziastas

39. Kaip keitėsi tradicinis vartotojų elgsenos modelis e. marketingo kontekste?

1. prisidėjo operacijos su ištekliais internetu;
2. sumažėjo šeimos įtaka;
3. nesikeitė.

40. „Burtininkai, draugaujantieji, ieškotojai ir t. t“. Kokiems segmentams priskirtumėte šiuos požymius?

1. demografiniams;
2. psichografiniams;
3. technologiniams.

41. Kokios rūšies prekes sunku vertinti tiek realioje, tiek ir internetinėje erdvėje?

1. fizines prekes;
2. skaitmenines prekes;
3. patirties prekes.

42. Kokias funkcijas atlieka kaina elektroninėje erdvėje?

1. motyvacinę, signalinę;
2. išraiškos, motyvacijos;
3. motyvacinę, signalinę ir išraiškos.

43. Kokia kainos nustatymo strategiją elektroninėje erdvėje pasirinktumėte, jeigu norite sudaryti vartotojų požiūrį, kad jūsų produktas yra vertingas?

1. prestižinių kainų nustatymo;
2. kaina, kaip kokybės ženklo;
3. rinkos „nugriebimo“.

44. Įprastoms ryšių su visuomene internete veikloms nepriskiriama:

1. informacija apie prekes ir paslaugas;
2. asmeninė įmonės informacija;
3. ryšiai su investuotojais.

45. Kuri reklamos priemonė savo populiarumu nenusileidžia elektroninei reklamai?

1. televizijai, spaudai;
2. spaudai, lauko (išorinėms) reklamoms;
3. spausdintinei, vitrinų reklamai.

46. Kaip vadinama pardavimų skatinimo priemonė internete, kuri labiausiai vartotojus daro lojaliais?

1. konkursai ir lažybos;
2. kaupiamoji nuolaida;
3. pavyzdžiai.

47. Parinkite teisingą e. marketingo sistemos procesų eigą iš eilės (1 – poreikių pasitenkinimas; 2 – poreikio išsiaiškinimas; 3 – kainos nustatymas; 4 – rėmimas; 5 – paskirstymas; 6 –produkto kūrimas; 7 – išlaidų įvertinimas).

1. 2, 6, 7, 3, 5, 4, 1;
2. 7, 6, 2, 3, 4, 5, 1;
3. 6, 7, 3, 2, 5, 4, 1.

48. Kuris iš duomenų rinkimo metodų, internete nepasižymi gautų duomenų nuoseklumu?

1. apklausa;
2. stebėjimas;
3. eksperimentas.

49. Į ką reikia atkreipti dėmesį kuriant elektroninę reklamą?

1. turimas lėšas, auditoriją, reklamos nešiklį ir žinutės turinį;
2. auditoriją, žinutės formuluotę;
3. turimas lėšas, reklamos nešiklius.

*15 užduotis.* SUSIPAŽINKITE SU LENTELĖJE PATEIKTOMIS VERSLO ETIKOS PROBLEMŲ GRUPĖMIS IR ĮRAŠYKITE KOKIA TAI PROBLEMA.

|  |  |
| --- | --- |
| **Verslo etikos problemos apibūdinimas** | **Etikos problema** |
| 1. Tai žodžiai ar veiksmai, kuriais sąmoningai norima nuslėpti, iškreipti ar tik iš dalies atskleisti tiesą, suklaidinti, siekiant savanaudiškų tikslų. |  |
| 2. Tai veiksmai, atlikti naudojantis turima valdžia, pažeidžiant teisės normas, visuomenės interesus bei moralės standartus, ir kuriais siekiama asmeninės ar grupinės naudos. |  |
| 3. Tai asmens tarnybinių pareigų netinkamas atlikimas, pažeidžiant objektyvius profesinius reikalavimus. |  |
| 4. Situacija, kai gali susidurti privatūs darbuotojo ar jo artimųjų ir visuomenės interesai, kuriems jis turi atstovauti, eidamas savo tarnybą. |  |
| 5. Tai užgaulus, žodžių ar fizinių veiksmų išreikštas seksualinio pobūdžio elgesys su asmeniu, su kuriuo sieja darbo, tarnybiniai ar kitokio priklausomumo santykiai |  |

*16 užduotis.* PAŽYMĖKITE (+), KURIE TEIGINIAI TEISINGI, O KURIE – NE.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Teiginys** | **Taip** | **Ne** |
| 1. Reklamos kodeksas taikomas tik žodiniam reklamos turiniui. |  |  |
| 2. Reklama neprieštarauja Kodeksui, jei kai kuriems asmenims ji pasirodo įžeidžianti. |  |  |
| 3. Kiekviena reklama turi atitikti bendruosius sąžiningos konkurencijos reikalavimus, taikomus bet kokiam verslui. |  |  |
| 4. Kodeksas reikalauja, kad reklamuojamo produkto kaina būtų nurodyta reklamoje. |  |  |
| 5. Tabako gaminių reklamos draudimus nustato Tabako kontrolės įstatymas. |  |  |
| 6. Alkoholinių gėrimų reklamos apribojimus nustato Alkoholio kontrolės įstatymas. |  |  |
| 7.Reklamos gali pateikti loterijas, totalizatorius ar žaidimas kaip alternatyvas darbui arba kaip būdą išbristi iš finansinių sunkumų. |  |  |
| 8. Loterijų, žaidimų reklama negali būti orientuota į žmones, jaunesnius nei 16 metų. |  |  |
| 9. Reklama neprivalo būti nedelsiant atšaukta, jei asmenys, rodomi ar girdimi be jų sutikimo, pagrįstai prieštarauja. |  |  |
| 10. Žodis „nemokamai” reklamoje gali būti vartojamas, jei produktas parduodamas kreditan. |  |  |

*17 užduotis.* LENTELĖJE ĮRAŠYKITE DALYKINIO BENDRAVIMO TIKSLĄ PAGAL PATEIKTĄ RŪŠĮ.

|  |  |
| --- | --- |
| **Dalykinio bendravimo rūšis** | **Dalykinio bendravimo tikslas** |
| Informuoti |  |
| Išsiaiškinti |  |
| Įtikinti |  |

*18 užduotis.* ĮRAŠYKITE KAIRĖJE LENTELĖS DALYJE VERBALINES INFORMACIJOS PERDAVIMO PRIEMONES, DEŠINĖJE – NEVERBALINES.

|  |  |
| --- | --- |
| **Informacijos perdavimo priemonės** | |
| **Verbalinės** | **Neverbalinės** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

*19 užduotis.* UŽPILDYKITE LENTELĘ NURODYDAMI BENDRAVIMO ETIKETO ELEMENTŲ ESMĘ.

|  |  |
| --- | --- |
| **Bendravimo etiketo elementai** | **Apibūdinimas** |
| Mandagumas |  |
| Kalbos kultūra |  |
| Išvaizda, apranga |  |

*20 užduotis.* POKALBĮ PALAIKYTI PADEDA TINKAMO KLAUSIMO PARINKIMAS, APIBŪDINKITE ŠIAS KLAUSIMŲ GRUPES:

a) uždari klausimai –

b) atviri klausimai –

c) retoriniai klausimai –

d) persilaužimo klausimai –

e) klausimai apmąstymui –

*21 užduotis.* PABRAUKITE TAI, KAS PADEDA KALBĄ PADARYTI AIŠKESNĘ.

|  |
| --- |
| Konkretūs žodžiai Sudėtingi terminai Dviprasmybių vengimas Gausus žodynas  Komiškos istorijos Įtaigūs posakiai Tikslumas Asmeninės savybės  Pašnekovo atstovaujamos kultūros paisymas Savęs atskleidimas Impitiniai pranešimai  Kalbos tempo kaitaliojimas Gestų įvedimas Emocijų kombinacijos Sinonima |

*22 užduotis.* SUGRUPUOKITE SIUNČIAMOS IR GAUNAMOS E. KORESPONDENCIJOS PAGRINDINIUS IR PAPILDOMUS REKVIZITUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Pagrindiniai rekvizitai** | **Papildomi rekvizitai** |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

Prekių ženklas, dokumento tvirtinimo žyma, dokumento rengėjo nuoroda, specialioji žyma dokumento sudarytojo pavadinimas, priedo žyma, gauto dokumento registracijos žyma, įstaigos duomenys, gauto dokumento nuoroda, adresatas, dokumento pavadinimas, rezoliucija, tikrumo žyma, dokumento suderinimo žyma, viza, supažindinimo žyma dokumento data, dokumento registracijos numeris, dokumento paieškos nuoroda, dokumento sudarymo vieta, dokumento tekstas, parašas.

# *23 užduotis.* SUGRUPUOKITE ASMENINIAME PARDAVIME TAIKOMUS SOCIALINIO ĮTIKINIMO BŪDUS.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Kalbos emocingumas |  |  | A | Tiesioginis įtikinimas |
| 2. | Autoriteto principas |  | B | Komunikaciniai stimulai |
| 3. | Prekės savybės |  | C | Netiesioginis įtikinimas |
| 4. | Paskutinis išpardavimas |  |  |  |
| 5. | Dėmesys pirkėjui per kontakto užmezgimą |  |  |  |
| 6. | Skaičiai ir faktai |  |  |  |
| 7. | Kainos ir kokybės santykis |  |  |  |
| 8. | Palyginimas |  |  |  |
| 9. | Nuoseklumo principas |  |  |  |
| 10. | Dovana, pavyzdys |  |  |  |

*24 užduotis.*KIEKVIENAM VARTOTOJŲ SPRENDIMO PIRKTI PRIĖMIMO PROCESO ETAPUI PRISKIRKITE TINKAMĄ RINKODAROS PROBLEMĄ.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Poreikio atsiradimas | 2. Informacijos paieška | 3. Alternatyvų įvertinimas | 4. Pirkimo sprendimas | 5. Elgsena po pirkimo |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| A | Reklamos transliavimas |  |
| B | Reagavimas į poreikius |  |
| C | Aptarnavimas internetu |  |
| D | Paspaudimo technologijos |  |
| E | Užsakymo procedūrų paprastumas |  |
| F | Santykių su virtualiomis bendruomenėmis palaikymas |  |
| G | Bandomųjų produktų suteikimas |  |
| H | Saugumo užtikrinimas |  |
| I | Poreikių numatymas |  |
| J | Virtualių bendruomenių palaikymas |  |

*25 užduotis.*KIEKVIENAM TEIGINIUI PRISKIRKITE TEISINGĄ E. KLIENTŲ TIPĄ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| a. | Efektyvus būdas surasti ar gauti alternatyvas |  |  | 1. | E. klientai siekiantys patogumo |
| b. | Motyvacija pirkti e. rinkoje mažiausia |  | 2. | E. klientai siekiantys įvairovės |
| c. | Greitas užsakymo pateikimas |  | 3. | E. klientai palaikantys balansą |
| d. | Poreikis gauti prekes iš karto |  | 4. | E. klientai orientuoti į parduotuvę |
| e. | Platus ir gilus asortimentas |  |  |  |
| f. | Išlaiko panašius pirkimus tradiciškai ir internetu |  |  |  |
| g. | Įvairumas ir patogumas mažiausiomis pastangomis |  |  |  |
| h. | Nesuinteresuoti gauti prekę iš karto |  |  |  |

*26 užduotis.*UŽBAIKITE SAKINIUS, SUSIJUSIUS SU E. KIENTŲ PROFILIŲ GRUPĖMIS.

1. Naršytojų naršymo laikas viename internetiniame puslapyje yra .

2. Pirkliai siekia naudos ieškodami .

3. Neišsiskiriantys praleidžia ne mažai laiko internete, jie užtikrina beveik pusę .

4. Bendrautojus skatina naudotis santykių užmezgimo internete priemonėmis: .

5. Atkaklieji praleidžia daug laiko žiūrėdami ar skaitydami .

6. Sportininkai domisi , randamu internete.

7. Spartieji tipiškai skiria apie tam, kad susirinktų dominančią informaciją.

8. Faktų rinkėjai koncentruojasi į žinomuose interneto puslapiuose.

9. Vienos misijos e. vartotojų segmentas nori surinkti informaciją konkrečiam .

10. Laisvalaikio e. vartotojų segmentą dažniausiai domisi .

*27 užduotis.*PAGAL DUOTAS REIKŠMES APSKAIČIUOKITE SEO NAUDOJIMUI GERIAUSIAI TINKAMĄ RAKTAŽODĮ.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sugalvoti raktiniai žodžiai** | ***(R- relevence)* Atitikimas turiniui (1,2,3*)*** | ***Sv-Search Volume* Paieškos kiekis per mėnesį** | ***C-Competition* Konkurencingumas** | **KEI (Raktinio žodžio gerumas)** |
| bio produkcija | 2 | 1000 | 2020000 |  |
| sportas | 3 | 100000 | 30300000 |  |
| priemonės buičiai | 2 | 10 | 25600 |  |
| burnos higiena | 3 | 10000 | 608000 |  |
| odos priežiūra | 3 | 1000 | 6520000 |  |
| plaukų priežiūra | 2 | 1000 | 1550 |  |

*28 užduotis.*PRIE KIEKVIENO TEIGINIO PRISKIRKITE TINKAMĄ INTERNETINĖS REKLAMOS PRIEMONĘ.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. Reklaminės juostos | 2. Nuorodos | 3. Reklama paieškos svetainėse | 4. Naujienų bei diskusijų grupės | 5. Reklama e. paštu |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a. | Ši reklamos priemonė užima mažai vietos. |  |
| b. | Galimybė parinkti tikslinę auditoriją ir visiškai kontroliuoti procesą. |  |
| c. | Gauti aukštą įvertinimą – tai labai sunkus ir daugybės sugebėjimų reikalaujantis darbas. |  |
| d. | Jos turi didinti interneto svetainės vertę. |  |
| e. | Ši reklamos priemonė efektyviausia, kai norima kad e. parduotuvė būtų pastebėta. |  |
| f. | Suteikia patogią galimybę tiesiogiai atsakyti. |  |
| g. | Šios reklamos priemonės dedamos į specialių pomėgių svetaines, susijusias su tiksline rinka. |  |
| h. | Netiesioginė e. reklamos priemonė. |  |

*29 užduotis.*TRADICINES IR INTERNETINESREKLAMOS PRIEMONES SUKLASIFIKUOKITE „LINIJOS“ ATŽVILGIU (PAGAL LĖŠŲ SKYRIMĄ REKLAMAI).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Kontekstinė reklama |  |  | A. | Virš linijos |
| 2. | Socialiniai tinklai |  | B. | Per liniją |
| 3. | Telefoninė rinkodara |  | C. | Žemiau linijos |
| 4. | Radijas ir televizija |  |  |  |
| 5. | Lauko reklama |  |  |  |
| 6. | Renginiai ir įvykiai |  |  |  |
| 7. | Reklama el. paštu |  |  |  |
| 8. | Interneto dienraščiai |  |  |  |
| 9. | Spausdinta reklama |  |  |  |
| 10. | Laikraščiai ir žurnalai |  |  |  |

*30 užduotis.*SUSKIRSTYKITE TEIGINIUS PAGAL PARDAVIMO VEIKSMŲ IR REKLAMOS POVEIKĮ.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| A. Atkreipti dėmesį | B. Sukelti susidomėjimą | C. Sukelti troškimą pirkti | D. Paskatinti imtis veiksmų |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Paaiškinti, kaip produktas išspręs jų problemas ir išpildys svajones |  |
| 2. | Apeliuoti į klientų poreikius ir esamas problemas |  |
| 3. | Paaiškinti klientams, ką jie praras, jei nepasinaudos Jūsų prekėmis / paslaugomis |  |
| 4. | Perkant iki nustatyto laiko pasiūlyti nemokamų priedų ar dovanų |  |
| 5. | Palepinti kliento ego, sukelti baimę, nuostabą |  |
| 6. | Aiškiai apibrėžti, ką klientai praranda su kiekviena diena, su kuria jie dar neužsisako Jūsų produkto |  |
| 7. | Pasiūlyti išspręsti jo problemas |  |
| 8. | Pateikti Jūsų produkto savybes ir funkcijas |  |
| 9. | Sužadinti emocijas arba pateikti didžiausią naudą |  |
| 10. | Sukelti emocijas, pabrėžiant produkto svarbą kliento šeimai, sveikatai, finansinei gerovei |  |

*31 užduotis.* SUDĖLIOKITE REKLAMOS KAMPANIJOS KŪRIMO EIGOS ETAPUS IŠ EILĖS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Reklamos kampanijos kūrimo etapai** | **Eiliškumas** |
| Nustatyti pagrindinius pažadus |  |
| Nustatyti kūrybinius tikslus |  |
| Išryškinti pagrindinę problemą |  |
| Nustatyti palaikymo taškus |  |
| Apibūdinti tikslinę auditoriją |  |
| Apibrėžti tikslą |  |
| Atlikti prievolių ir reikalavimų analizę |  |
| Pabrėžti raginimą veikti |  |
| Nustatyti norimo rezultato kliūtis |  |
| Nurodyti kūrybinius aspektus |  |

*32 užduotis.* PRIE SOCIALINĖS MEDIJOS TURINIO SAVYBIŲ PRISKIRKITE (+) ATITINKAMĄ TURINIO PRIGIMTĮ.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Socialinės medijos savybės** | **Vartotojų kurtas turinys** | **Prekės ženklo turinys** |
| Didelis pasitikėjimas |  |  |
| Trūksta originalumo |  |  |
| Didesnis dažnis ir greičiau |  |  |
| Trūksta originalumo |  |  |
| Didelis įsitraukimas |  |  |
| Didelis organinis pasiekiamumas |  |  |
| Mažas organinis pasiekiamumas |  |  |
| Didelės investicijos (+distribucija) |  |  |
| Šaltinis: autoriaus nuotrauka |  |  |
| Šaltinis: autoriaus nuotrauka |  |  |
| Nuomonės formuotojų („influencerių“) veikla |  |  |

*33 užduotis.* NURODYKITE, KOKIOS SAVYBĖS PRISKIRIAMOS UTILITARINĖMS IR KOKIOS ESTETINĖMS NE MAISTO PREKIŲ VARTOJAMOSIOMS SAVYBĖMS.

Ekonominės savybės .

Ergonominės savybės .

Funkcinės savybės .

Stiliaus kryptingumas .

Pataisomumas .

Spalva .

Forma .

Higieniškumas .

Ergonomiškumas .

Mada .

Patikimumas .

Raštas .

Nesutrinkamumas .

Stilius .

*34 užduotis.* PATEIKTUS APRAŠYMUS PRISKIRKITE NE MAISTO PREKIŲ KOKYBĖS VEIKSNIAMS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Kokybės veiksnio aprašymas** | **Kokybės veiksnys** |
| Patalpose nepageidautini sieros junginiai (sieros vandenilis, sieros oksidai), kitos chemiškai aktyvios medžiagos, kurios, reaguodamos su prekėmis, gadina jas. |  |
| Kraunant ne maisto prekes vertikaliai, sunkesnius daiktus reikia dėti apačioje, lengvesnius viršuje. |  |
| Ne maisto prekių pakuotės tikslas – išsaugoti ne maisto prekių savybes. |  |
| Visa ženklinimo informacija turi būti pateikiama gerai matomoje vietoje, kad ją būtų lengva įžiūrėti, perskaityti. |  |
| Pervežant kiekvieną ne maisto prekę, sudaromos tokios sąlygos, kurios pašalintų arba iki minimumo sumažintų poveikius, turinčius neigiamos įtakos prekių saugumui ir kokybei. |  |
| Ne maisto prekių žaliavos turi būti kokybiškos. |  |
| Ne maisto prekės, turi būti gaminamos laikantis visų gamybai keliamų reikalavimų, sąlygų. |  |

*35 užduotis.* ĮRAŠYKITE PRALEISTUS ŽODŽIUS.

1. vadinamas skaitmeninis raidinis žymėjimas, kuriuo dokumentuose nurodomos svarbiausios ne maisto prekių savybės.

2. – sutarimu parengtas ir pripažintas standartizacijos institucijos priimtas dokumentas, kuris nustato bendram ir daugkartiniam naudojimui tinkančias taisykles, bendruosius principus ir yra skirtas optimaliai tvarkai tam tikroje srityje palaikyti.

3. – tai procedūra, kuria sertifikavimo įstaiga, nepriklausanti nei nuo produkto gamintojo ar tiekėjo, nei nuo vartotojo (pirkėjo), patvirtina, kad produktas, procesas ar paslauga atitinka nustatytus reikalavimus.

4. Sertifikavimas gali būti arba jį reglamentuoja atitinkami teisės aktai.

5. – tara ar pakavimo medžiaga, kurioje gaminys parduodamas kaip atskira prekė.

6. Ženklinimo – prekės ženklinimą reglamentuojančiuose teisės aktuose nustatyta vartotojui skirta informacija, kurią reikalaujama pateikti ženklinant prekes.

7. – produkto savybių, tenkinančių tam tikrus vartotojų poreikius, visuma.

8. kodai – tai nustatytų matmenų šviesių ir tamsių brūkšnių (segmentų), išdėstytų pagal tam tikras taisykles, raštas, skirtas duomenų pavaizdavimui forma, tinkama automatizuotai skaityti.

9. Prekių brūkšninį kodavimą ir numeravimą, pagal tarptautinės GS1 sistemos reikalavimus, Lietuvoje vykdo asociacija .

10. Tarptautinius kokybės standartus tvarko Tarptautinė standartų organizacija .

*36 užduotis.* NURODYTUS VEIKSMUS PRISKIKITE NE MAISTO PREKIŲ PARDAVIMO ETAPAMS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Veiksmai** | **Ne maisto prekių pardavimo etapas** |
| Ne maisto prekės vartojamųjų savybių pristatymas |  |
| Atsisveikinimas su pirkėju |  |
| Pasisveikinimas su pirkėju |  |
| Pirkėjo informavimas apie ne maisto prekės kainą |  |
| Sužinojimas apie ne maisto prekės poreikį |  |
| Atsiskaitymas už ne maisto prekę |  |
| Alternatyvios ne maisto prekės pasiūlymo pateikimas |  |

*37 užduotis*. PATEIKTIEMS APRAŠYMAMS NURODYKITE PASLAUGOS SAVYBES, KURIOS YRA SVARBIOS KONSULTUOJANT KLIENTUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Aprašymas** | **Paslaugos savybė** |
| Paslaugų pardavimo konsultantai, pasinaudoję įvairiomis komunikacijos priemonėmis, vartotojams privalo suteikti kuo išsamesnę informaciją apie paslaugos turinį ir kokybę. |  |
| Paslaugos paklausos ir pasiūlos svyravimai, jų subalansavimas dėl esminės paslaugų savybės – sudėtingas procesas. |  |
| Kartą pasinaudojęs paslauga, vartotojas susikuria jos stereotipą, tačiau identiškų paslaugų nėra. Tai sąlygoja skirtingi paslaugų deriniai, teikimo formos, terminai, nauda vartotojui ir kainų skirtumai. |  |
| Dėl paslaugos savybės kylantis sunkumas – paslaugos teikimo operacijų ir kokybės lygio standartizavimas. |  |
| Paslauga egzistuoja tol, kol vartojama. |  |
| Paslaugos savybė sąlygoja paslaugos pardavėjo darbo sunkumą, nes klientas abejoja, ar paslauga yra verta nustatytos kainos. |  |

*38 užduotis*. PATEIKTIEMS SITUACIJŲ PAVYZDŽIAMS NURODYKITE PASLAUGOS SAVYBES, KURIOS YRA SVARBIOS KONSULTUOJANT KLIENTUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Situacijų pavyzdžiai** | **Paslaugos savybė** |
| Kelionių paketų pardavimas išauga vasaros ir žiemos periodais. |  |
| Klientas kreipėsi dėl paslaugos įsigijimo į e. parduotuvę. Jį aptarnavo e. pardavėjas-konsultantas. Klientas puikiai įvertino įsigytą paslaugą. |  |
| Automobilių lizingo paslaugos pardavimas išauga vasaros laikotarpiu. |  |
| Klientas dar kartą kreipėsi dėl tos pačios paslaugos įsigijimo į tą pačią e. parduotuvę. Jį aptarnavo kitas e. pardavėjas-konsultantas. |  |
| Klientas e. pardavėjui-konsultantui pateikė klausimą: ar tikrai bus išsaugoti mano asmeniniai duomenys, jei įsigysiu pramogų paketą lizingu? |  |
| Klientas e. pardavėjui-konsultantui, parduodančiam automobilių nuomos paslaugą, pateikė klausimą: ar tikrai automobilis nesuges, jei planuoju vykti į kitą miestą? |  |

*39 užduotis.* PAGAL PATEIKTAS SĄLYGAS APSKAIČIUOKITE REKLAMOS BIUDŽETĄ.

Remiantis įmonės turimais finansiniais ištekliais, e. įmonė savo reklamai per mėnesį reklamos kampanijoms gali skirti 300 eur. E. įmonės pardavimo mėnesinės pardavimo apimtys siekia 10634 eur.

E. įmonės mėnesinis pelnas atskaičius visus mokesčius 8751 eur. E. įmonės konkuruoja su trimis e. parduotuvėmis, kurios per mėnesį savo reklamos kampanijai išleidžia po 450 eur. E. įmonės turi išsikėlusi 2 pagrindinius komunikavimo tikslus. Kiekvienam iš jų e. įmonė per mėnesį planuoja išleisti ne daugiau kaip 150 eur.

**Paskaičiuokite:**

1. Koks reklamos kampanijos metinis biudžetas pagal e. įmonės finansinius išteklius?

2. Koks bus reklamos kampanijos metinis biudžetas skyrus reklamai 30 proc. nuo pardavimo apimties?

3. Koks bus reklamos kampanijos metinis biudžetas skyrus 5 proc. nuo pelno?

4. Koks bus reklamos kampanijos metinis biudžetas vadovaujantis konkurenciniu paritetu?

5. Koks bus reklamos kampanijos metinis biudžetas vadovaujantis numatytais tikslais?

**Modulis „E. įmonės logotipo pozicionavimas reklamoje“**

*1 užduotis.*PRIE KIEKVIENO LOGOTIPO NURODYKITE KOKIOS JIS RŪŠIES PAGAL STRUKTŪRĄ.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Logotipas** | **Logotipo rūšis pagal struktūrą** |
| 1. |  |  |
| 2. |  |  |
| 3. |  |  |
| 4. |  |  |
| 5. |  |  |
| 6. |  |  |
| 7. |  |  |
| 8. |  |  |

Logotipai

Šaltinis: G. Lisauskaitė-Jonušienė (2016). Logotipo anatomija. Vilnius

*2 užduotis.*PABAIKITE SAKINIUS.

1. apibūdinamas kaip produkto ar įmonės įvaizdžio vartotojo sąmonėje kūrimas, siekiant išskirti jį ar ją iš konkurentų.

2. Produkto pozicionavimo strategija padeda sukurti prekės ar e. įmonės logotipo .

3. Pirmojo rinkoje produkto pozicionavimo strategija leidžia greitai įgyti .

4. pozicionavimo strategija leidžia dominuoti rinkoje, pasiūlant pasirinkimo galimybes pagal visus galimus kainų ir funkcijų reikalavimus.

5. pozicionavimo strategija leidžia savo produktus pozicionuoti kitoms demografinėms grupėms nei jūsų konkurentai.

6. yra naudojamas sukurti naujo produkto ar įmonės pozicionavimo strategiją.

7. Pozicionuoti produktą arba įmonę galima remiantis argumentais.

8. Pagrindinis pozicionavimo uždavinys – aktualiai auditorijai racionaliai įrodyti arba pasąmoningai pasufleruoti tiesą, jog Jūsų logotipas tam tikroje kategorijoje yra

9. yra įmonės pasiūlymo ir įvaizdžio visuma, lyginant su konkuruojančia įmone.

10. – tik jam būdingų asociacijų rinkinys, parodantis, koks yra logotipas ir kam jis skirtas.

11. Pozicionavimas yra , o ne trumpalaikė taktika.

12. Pozicionavimas pagrįstas kliento .

*3 užduotis.*SUDĖLIOKITE LOGOTIPO POZICIONAVIMO DARBŲ SANDARĄ IŠ EILĖS.

|  |  |
| --- | --- |
| Tapatybinis prisistatymas, logotipo legenda |  |
| Pergalingos pozicionavimo krypties išgryninimas; pergalingos žinutės sukūrimas |  |
| Logotipo šūkis ir lydimųjų šūkių sistema |  |
| Sektorinės sėkmės istorijos pažangiausiose pasaulio rinkose |  |
| Konkurentų komunikacijos analizė |  |
| Sprendimas dėl logotipo pavadinimo (jei kuriamas naujas logotipas arba jei tikslinga keisti esamą) |  |
| Rinkodaros žemėlapis: gairės, kaip įtvirtinti įvaizdžio poziciją tikslinių auditorijų mintyse |  |
| Giluminė logotipo analizė |  |

*4 užduotis.*PRIE TEIGINIO PARINKITE POZICIONAVIMO BŪDĄ.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | „Pasaulis laikosi ant vyrų“. |  | A. | Kaina, kokybė arba jų santykis |
| 2. | Įprastinė priemonė nesuteikia norimo efekto? Jums padės mūsų prekė X! | B. | Palyginimas |
| 3. | Prekių kategorijoje prekė išsiskiria dydžiu, spalva, greičiu, patikimumu. | C. | Vartojimo būdas ar situacija |
| 4. | „Saridon“ vaistai padės netikėtai suskaudus galvą! „Sprite“ numalšins netikėtai kilusį troškulį! | D. | Pakuotė |
| 5. | Jeigu kokybė tokia pati, tai kam mokėti brangiau? | E. | Vartotojas |
| 6. | Skalbiant milteliais X juoda spalva išliks juoda! | F. | Teikiama nauda |
| 7. | Tinkama dovanoti, pozicionuojama pirkėjui, kuris ieško ką iš karto padovanoti draugui. | G. | Išskirtinė savybė |

*5 užduotis.*PRIE E. ĮMONĖS LOGOTIPO REKLAMOS KANALO KATEGORIJOS PRISKIRKITE TINKAMĄ JOS PRIEMONĘ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Elektroninis paštas |  |  | A. | Iš lūpų į lūpas |
| 2. | Sponsoriavimas |  | B. | Organinis |
| 3. | Socialiniai tinklai |  | C. | Perkamas |
| 4. | Influencerių kampanijos |  |  |  |
| 5. | Bendruomenės kūrimas |  |  |  |
| 6. | Online reklamos |  |  |  |
| 7. | Video klipai |  |  |  |
| 8. | Offline reklamos |  |  |  |
| 9. | Grupinis rėmimas |  |  |  |
| 10. | Retargetingas |  |  |  |

*6 užduotis.*PRIE E. ĮMONĖS LOGOTIPO VERTINIMO KRITERIJAUS PRISKIRKITE TINKAMĄ JO REIKŠMĘ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | Logotipas kaip simbolis |  |  | A. | Logotipo tikslai |
| 2. | Spalvos |  | B. | Logotipo indentifikavimo sistemos |
| 3. | Visuomeninė nauda |  | C. | Logotipo pasiūlymai rinkoje |
| 4. | Logotipas kaip organizacija |  | D. | Logotipo stiliaus gairės |
| 5. | Logotipo pasiūlymo vertės |  |  |  |
| 6. | Vertės pasiūlymas |  |  |  |
| 7. | Asmenybės bruožai |  |  |  |
| 8. | Klientų patirties valdymas |  |  |  |
| 9. | Logotipo ideologija |  |  |  |
| 10. | Tipografija |  |  |  |

7 *užduotis.*UŽBAIKITE LOGOTIPO SAVYBIŲ MATŲ FORMULES.

1. Rinkos dalis = / pirkimų prekės kategorijoje skaičius;

2. Įsiskverbimas = logotipo pirkėjų skaičius / prekės kategorijoje skaičius;

3. Pirkimo dažnumas = logotipo pirkimų skaičius, tenkantis visiems logotipo pirkėjams per tam tikrą ;

4. Pirkimų rodiklis = logotipo , tenkantis visiems prekės kategorijos pirkėjams;

5. 100 % lojalūs = procentas pirkėjų, ;

6. Kategorijos poreikio dalis = logotipo / kategorijos pirkimų rodiklis.

**Modulis „Aktyvių e. pardavimų technikos taikymas“**

*1 užduotis.*NURODYKITE NETEISINGUS TEIGINIUS, JUOS PABRAUKITE.

1. Derybos – procesas, kuriame tik viena pusė gauna didžiausią naudą.
2. Derybos – procesas, kuriame dvi ar daugiau šalių apsikeičia produktais.
3. Yra trys pagrindiniai derybų metodai.
4. Išskirtiniausias integruojamojo derėjimosi bruožas yra tas, kad jis vyksta „nulinės sumos“ sąlygomis.
5. Integruojamojo derėjimosi esmė ta, kad deramasi, kas ir kokią pyrago dalį gaus.
6. Dalyvaujančių skirstomosiose derybose šalių tikslas – pabandyti priversti oponentą sutikti su konkrečiu tikslu arba kiek įmanoma prie jo priartėti.
7. Skirstomojo derėjimosi metu problemos sprendžiamos remiantis prielaida, kad egzistuoja daugiau negu vienas susitarimo variantas, sukuriantis sprendimą, kai laimi abi šalys.
8. Skirstomasis derėjimasis užmezga ilgalaikius ryšius ir sudaro sąlygas kartu dirbti ateityje.
9. Per skirstomąjį derėjimąsi viena šalis lieka pralaimėjusi.

*2 užduotis.* SURASKITE NETIKSLUMUS LYGINDAMI SKIRSTOMĄJĮ DERĖJIMĄSI SU INTEGRUOJAMUOJU, PABRAUKITE.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Derėjimosi apibūdinimas** | **Skirstomasis derėjimasis** | **Integruojamasis derėjimasis** |
| **Ištekliai, kuriuos reikia paskirstyti** | Fiksuoti | Fiksuoti |
| **Svarbiausi motyvai** | Aš pralaimiu, jūs laimite | Aš laimiu, jūs laimite |
| **Svarbiausi interesai** | Prieštarauja vienas kitam | Sutampa vienas su kitu |
| **Santykių tikslas** | Ilgalaikis | Trumpalaikis |

*3 užduotis.* PAGAL APRAŠYMUS NURODYKITE, KOKIE YRA SPRENDIMŲ ŠALIŠKUMAI, TRUKDANTYS EFEKTYVIAI DERĖTIS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Aprašymas** | **Sprendimų šališkumai, trukdantys efektyviai derėtis** |
| Derybininkai dažnai per daug pasikliauja jau turima informacija ir nekreipia dėmesio į aktualesnius duomenis. |  |
| Besiderintieji daro prielaidą, kad laimėjimą privalo pasiekti kitos šalies sąskaita. |  |
| Žmonės linksta tęsti anksčiau pasirinktą veiksmų kursą ilgiau nei būtų logiška. |  |
| Per didelis pasitikėjimas savo ruožtu mažina paskatą ieškoti kompromisų. |  |
| Žmonės dažnai yra linkę savo sprendimus susieti su nereikšminga informacija. |  |
| Žmones kartais pernelyg paveikia informacijos pateikimo būdas. |  |
| Žmonės derybose yra linkę elgtis taip, tarsi jų oponentas būtų neaktyvus, ir nekreipia dėmesio į vertingą informaciją. |  |

*4 užduotis.* KURIOS IŠ PATEIKTŲ REKOMENDACIJŲ YRA SUSIJUSIOS SU DERYBŲ ĮGŪDŽIŲ GERINIMU, PABRAUKITE.

* Akcentuokite sprendimus, kai laimi abi pusės.
* Pasitelkite konkurenciją, kai gyvybiškai svarbūs yra greiti, ryžtingi veiksmai.
* Pradėkite nuo teigiamų dalykų.
* Nekreipkite didelio dėmesio į pradinius siūlymus.
* Taikykite vengimą, kai yra svarbesnių klausimų.
* Naudokite bendradarbiavimą, norėdami rasti sprendimą.
* Surinkite duomenis apie savo oponentą.
* Svarstykite problemą, o ne asmenybes.
* Pasitelkite kompromisą.
* Sukurkite atvirą, pasitikėjimu grindžiamą klimatą.
* Naudokite prisitaikymą, kai suklydote ir norite sulaukti geresnės progos.

*5 užduotis.* ĮVARDINKITE RACIONALAUS SPRENDIMO PRIĖMIMO MODELIO ETAPUS.

|  |
| --- |
| 1.  2.  3.  4.  5.  6. |

*6 užduotis.* ĮVARDINKITE RACIONALAUS SPRENDIMO PRIĖMIMO MODELIO PRIELAIDAS.

|  |
| --- |
| 1.  2.  3.  4.  5.  6. |

*7 užduotis.* KURIE IŠ PATEIKTŲ KOMPONENTŲ YRA BŪDINGI TRIJŲ KOMPONENTŲ KŪRYBINGUMO MODELIUI, PAŽYMĖKITE (+).

|  |  |
| --- | --- |
| **KOMPONENTAI** | **BŪDINGA** |
| Patirtis |  |
| Iššūkis |  |
| Šaltinis |  |
| Vidinė motyvacija |  |
| Asmenybė |  |
| Struktūra |  |
| Kūrybiniai gebėjimai |  |
| Kontrolės centras |  |
| Empatija |  |

*8 užduotis.* ĮRAŠYKITE PRALEISTUS ŽODŽIUS.

|  |
| --- |
| riboto racionalumo; alternatyvas; patirtis; priimtiną; tinkamumo; nesąmoningas; problema; neigiamos; informacija; euristika. |

1. Intuityvus sprendimų priėmimas yra procesas, kylantis iš sukauptos patirties.
2. Formuluojant ir sprendžiant sudėtingas problemas protas nepajėgia patenkinti visų racionalumo reikalavimų, žmonės veikia rėmuose.
3. Eidamas pažįstamu ir gerai pramintu keliu, sprendimus priimantis žmogus analizuoja tik tol, kol suranda „pakankamai gerą“, tokią, kuri duos priimtinus rezultatus.
4. leidžia ekspertui atpažinti situaciją ir, pasinaudojant anksčiau sukaupta informacija apie šią situaciją, greitai surasti sprendimą.
5. Kai vienam žmogui yra , kitam atrodo priimtinas status quo.
6. Sprendėjai retai ieško optimalaus sprendimo, o stengiasi greičiau rasti .
7. Norėdami išvengti informacijos pertekliaus, sprendėjai pasikliauja .
8. Euristikos kategorijos yra ir reprezentatyvumo.
9. Tinkamumo euristikos pavyzdys, apibūdinantis žmonių tendenciją savo nuomonę grįsti jau turima .
10. Įsipareigojimų eskalavimas – tai padidinti įsipareigojimai ankstesniam sprendimui, nepaisant informacijos.

*9 užduotis.*APIBŪDINKITE E.VARTOTOJŲ TIPOLOGIJOS MODELIUS.

1. AIO modelis .

2. VALS modelis .

3. VALS-2 modelis .

4. LOV modelis .

5. PRIZM modelis .

6. „Global Scan„ modelis .

*10 užduotis.*E. VARTOTOJŲ TIPUI PRISKIRKITE TINKAMĄ PRODUKTO PAGEIDAVIMO ATRIBUTO REIKŠMĘ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Vartotojų tipai** |  |  |  | **Pageidaujamos produkto savybės** |
| 1 | Intelektualai |  | A | Madingos, modernios prekės |
| 2 | Konformistai |  | B | Geras aptarnavimas, sveiki produktai |
| 3 | Populiarumo ieškotojai |  | C | Rinkoje dominuojantis produktas |
| 4 | Pragmatikai |  | D | Paprasta, be mados produktų |
| 5 | Aktyvūs |  | E | Labai aukštos kokybės produktai, išskirtiniai produktai |
| 6 | Ieškantys atostogų |  | F | Prekės, kurios palengvina gyvenimą |
| 7 | Sentimentalūs |  | G | Funkcinės prekės |

*11 užduotis.*TEIGINIAMS PRISKIRKITE TINKAMĄ PSICHOLOGINIO POVEIKIO PRIEMONĘ VYKDANT AKTYVIUS E. PARDAVIMUS.

|  |
| --- |
| Įtaiga; Mėgdžiojimas; Susižavėjimas; Įtikinimas; Įvaizdis; Stereotipas; Gilesnių motyvų „kabinimas“; „Užsikrėtimas“; Godumas; Smalsumas; Nemokama dovana; Specifiškumas; Pripažinimas/pagyrimas; „Viskas viename“; „Bandos jausmas“ |

1. Kelias į finansinę laisvę gali užtrukti visą amžinybę... nebent jūs pasirinksite šį trumpesnį kelią...

2. Tai skatins žmonių susidomėjimą, pasitikėjimą, sukurs gražų produkto ar paslaugos vaizdą žmogaus pasąmonėje.

3. Pateikiamas pasiūlymas, kuris išspręs visas kliento problemas vienu metu.

4. Nesąmoningas, nevalingas tam tikros psichinės būsenos individo polinkis perimti kitų žmonių elgseną, sekti jų pavyzdžiu, paklusti jiems.

5. Dažnai komunikuojama ne apie produktą, kuris parduodamas, o apie tuos patogumus, kuriuos vartotojas turės, įsigijęs tą produktą.

6. Labiausiai jį lemia socialinis-psichologinis supratimas, ir ypač prestižas.

7. Jos paveikti žmonės nekritiškai priima jiems pateiktą informaciją, paremtą ne įrodymais, o autoritetingais šaltiniais.

8. Pagalba savo klientams jaustis gerai, kai jie užsako jūsų prekes ar paslaugas, pasveikinimo procesas su išmintingu sprendimu.

9. Nesigirti patiems ar kartoti kokie esate puikūs, o demonstruoti naudą ir privalumus - kodėl verta pirkti pas jus.

10. Pirkėjui pasakoma daug papildomos ir svarbios informacijos, dažnai lyginama su analogiškomis prekėmis ar paslaugomis, išryškinami skirtumai, jie kartais labai pagražinami, o konkurentų subtiliai sumenkinami

11. Vartotojai giliai įtakojami kitų, nesvarbu kokio amžiaus, lyties ar socialinės klasės jie būtų.

12. Vartotojai nesąmoningai perima reklamoje vaizduojamus elgesio būdus.

13. Tai susijęs su piniginiais ištekliais, motyvacija, poreikių tenkinimo laipsniu, asmenybės ypatumais.

14. Reciprokiškumo principas teigia, kad kai jūs duodate ką nors žmonėms, dalis jų norės jums atsilyginti tuo pačiu.

15. Tai visuomenės sąmonėje funkcionuojantis supratimas, schematizuotas, emociškai nuspalvintas kokio nors objekto vaizdinys.

*12 užduotis.*KLAUSIMŲ FORMULUOTĖMS PAGAL SPAS MODELĮ PRISKIRKITE KLAUSIMO TIPĄ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Klausimai** | |  |  | **Klausimo tipas** | |
| 1. | Ar svarbu Jums jaustis saugiai? |  | A | Situaciniai |
| 2. | Ar užsakyti prekę e. paštu Jums būtų patogiau? |  | B | Probleminiai |
| 3. | Gal Jums baisu perduoti savo asmens duomenis pirkimo metu? |  | C | Aktualizuojantys |
| 4. | Ar visada liekate patenkinti kitų įmonių prekių kokybe? |  |  |  |
| 5. | Gal būtų Jums naudinga automatinė prekių prenumeratos paslauga? |  |  |  |
| 6. | Ar žinojote, kad šis produktas puikiai tinka tolimų kelionių metu? |  |  |  |
| 7. | Ar teisingai suprantu, kad nemokėjimas teisingai pateikti užklausos žinutės sukelia Jums problemų? |  |  |  |
| 8. | Ar žinojote, kad prekes įsigyti galite naudojant mobiliąją programėlę? |  |  |  |
| 9. | Gal aktualūs ir šie pasiūlymai? |  |  |  |
| 10 | Kokias e. parduotuves Jūs esate išbandęs? |  |  |  |

*13 užduotis.*IŠVARDINKITE:

A. VARTOTOJO SPRENDIMO PIRKTI PRIĖMIMO PROCESO ETAPUS.

1. .

2. .

3. .

4. .

5. .

B. VARTOTOJO ELGSENĄ VEIKIANČIUS VIDINIUS IR IŠORINIUS VEIKSNIUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Vidiniai veiksniai** | **Išoriniai veiksniai** |
|  |  |

*14 užduotis.*UŽBAIKITE SAKINIUS.

1. Rutinos elgsena – .

2. Ribotas problemos sprendimas –

3. Išplėstinis problemos sprendimas – .

4. Vidinė informacijos paieška – .

5. Išorinė informacijos paieška –

6. Nenumatyti aplinkos veiksniai – .

7. Motyvas – .

8. Įtakos (referentinės) grupė – .

9. Vartotojų elgsena – .

10. Pažinimo disonansas – .

**Modulis „E. vartotojų lojalumo įmonei kūrimas“**

*1 užduotis.*ATLIKITE TESTĄ PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

1. Kokiam lojalumo programos tipui priklauso partnerystės, apdovanojimo programos?

a. tiesiogines naudas suteikiančiai;

b. atvirai;

c. tik išskirtiniams klientams skirtai.

2. Lojalumo programų klasifikavimo kriterijams priklauso tiksliniai vartotojai, gaunamos naudos. Ko trūksta?

a. bendradarbiavimo galimybių;

b. programos prieinamumo;

c. tipologijos taikymo srities.

3. Kokį lojalumą pagal pakartotinius pirkimus gali sukelti situacijos veiksniai – prekių trūkumas tam tikru momentu?

a. netikrą lojalumą;

b. ilgalaikį lojalumą;

c. paslėptą lojalumą.

4. Ką gali veikti šie veiksniai: įvaizdis ir reputacija, pasitikėjimas ir kokybė?

a. kainodarą;

b. lojalumą;

c. pozicionavimą.

5. Kokį lojalumą pagal vartotojų pasitenkinimą gali lemti produktų – pakaitalų nebuvimas konkrečioje teritorijoje?

a. silpną lojalumą;

b. paslėptą lojalumą;

c. potencialų lojalumą.

6. Kokį lojalumą pagal vartotojų įsitraukimą gali lemti organizuojama veikla kaip, pvz., klubiniai susitikimai?

a. paslėptą lojalumą;

b. „šiltą“ lojalumą;

c. „šaltą“ lojalumą.

7. Kuris iš kriterijų yra netinkamas vertinti vartotojų lojalumo kokybę?

a. vartotojų pasitenkinimas;

b. vartotojų įsitraukimas;

c. vartotojų poreikiai;

d. vartotojų įsipareigojimas.

8. Kaip galima išmatuoti elgsenos lojalumą?

a. įvertinant vartotojo pirmenybės teikimą konkrečiam prekiniam ženklui;

b. pagal pirkimų skaičių nustatytu laiko periodu;

c. pagal įsipareigojimą, ketinimus pirkti pakartotinai.

9. Kuo yra išskirtinė viena iš lojalumo programų įvertinimo programa?

a. atsilyginama lojaliems klientams suteikiant jiems dovanas ar prizus, nesusijusius su organizacijos prekiaujama produkcija;

b. atsilyginama lojaliems klientams, suteikiant galimybę dovaną ar prizą pasirinkti iš organizacijos partnerių pasiūlymų;

c. atsilyginama lojaliems klientams tais pačiais produktais ar paslaugomis, kuriomis prekiauja organizacija.

10. E. vartotojų lojalumas gali būti matuojamas įvertinant elgsenos lojalumą. Ką dar vertinant matuojamas e. kliento lojalumas?

a. nuostatų lojalumą;

b. požiūrio lojalumą;

c. tiesioginį lojalumą.

11. Kuris lojalumo tipo modelis sąlygoja ryšius su prekės ženklu?

a. nuostatų lojalumas;

b. požiūrio lojalumas;

c. tiesioginis lojalumas.

12. Kokia yra trečioji e. vartotojų lojalumo stadija?

a. potencialiai lojalūs;

b. nuoširdžiai lojalūs;

c. nesąmoningai lojalūs.

13. Ko neapima išplėstas e. vartotojų lojalumo formavimo modelis?

a. e. vartotojų elgsenos;

b. e. vartotojų nuostatų;

c. e. vartotojų segmentų;

d. marketingo priemonių.

14. Kokį indeksą galime paskaičiuoti, kai e. vartotojo prašoma įvertinti kokybę, patikimumą, patvarumą / ilgaamžiškumą, praktiškumą, technines charakteristikas, savybes (dėl kurių pirktų), saugumą, galimybę pasitikėti, reputaciją, kainą / kaštus ir pan.?

a. pelningumo;

b. pasitenkinimo;

c. lojalumo.

15. Kokia gali būti e. vartotojų lojalumo matavimo pasekmė?

a. didesnis lojalumas;

b. didesnis stabilumas;

c. didesnės sąnaudos;

d. didesnės pajamos.

*2 užduotis.*PATEIKTOMS VARTOTOJŲ LOJALUMO SAMPRATOMS NURODYKITE SAMPRATOS PAGRINDĄ (ELGSENA AR NUOSTATOS).

|  |  |
| --- | --- |
| **Vartotojų lojalumo samprata** | **Sampratos pagrindas** |
| Įsitikinimų, prisirišimo bei ketinimų (pirkti) prekės ženklo atžvilgiu sąveikos rezultatas. |  |
| Ketinimas vėl pirkti ir rekomenduoti organizaciją kitiems. |  |
| Elgsena, pagrįsta vertės ieškojimu. |  |
| Proto būsena, nuostatų, įsitikinimų ir troškimų rinkinys. |  |
| Vartotojų lojalumas yra paremtas vartotojų pakartotinių pirkimų elgsena, sukelta marketingo veiksmų. |  |
| Tendencingas pirmenybės (išreiškiamos pirkimu) prekės ženklui teikimas. |  |
| Įsipareigojimas vėl pirkti mėgstamą produktą ar paslaugą. |  |
| Vartotojų lojalumas pasireiškia, kai ryšiai tarp organizacijos ir vartotojų yra pagrįsti atsidavimu. |  |
| To paties prekės ženklo pirkimų proporcija ar nuoseklus pirkimas. |  |

*3 užduotis*. PATIKRINKITE TEIGINIUS, ĮRAŠANT ATSAKYMĄ: „TEISINGAS“, „NETEISINGAS“.

|  |  |
| --- | --- |
| **Teiginys** | **Atsakymas** |
| Vartotojų lojalumas yra pagrindinis santykių marketingo tikslas. |  |
| Vartotojų lojalumas yra siejamas su tiekėjų poreikiais. |  |
| Tikėtina, kad lojalūs vartotojai gali skleisti neigiamą informaciją apie įmonę. |  |
| Organizacijos gali gauti naudos iš lojalių vartotojų. |  |
| Vartotojų lojalumas yra siejamas su vartotojų pelningumu. |  |
| Būdingi didesni kaštai lojaliems vartotojams išlaikyti. |  |
| Galimybė lojaliems vartotojams parduoti susijusius produktus. |  |
| Galimybė lojaliems vartotojams nustatyti aukštesnę produkto ar paslaugos kainą. |  |

*4 užduotis*. ĮRAŠYKITE PRALEISTUS ŽODŽIUS.

|  |
| --- |
| pasitikėjimas; vartotojų; aptarnavimo; procesas; lojalumo; naudų; pelningumo; pasitenkinimas; pasitikėjimas; elgseną. |

1. kokybės įtaka ilgalaikių santykių sėkmei yra neginčijama.
2. Atsidavimas laikomas svarbiu tiesioginiu vartotojų šaltiniu.
3. laikomas ilgalaikių santykių pagrindu.
4. Pasitenkinimo įtaka yra reikšminga lojalumui.
5. Vartotojų lojalumas yra laikomas organizacijos pagrindu.
6. Suvokiamos vertės ir situacijos veiksniai sąlygoja pakartotinių pirkimų .
7. Vartotojų sandoriu ir pačiais ryšiais sąlygoja santykių rezultatą.
8. Atsidavimas ir laikomi vartotojų lojalumo pagrindiniais tarpiniais kintamaisiais.
9. Santykių rezultatas organizacijai priklauso nuo vartotojų gaunamų .
10. Santykių (tarp organizacijos ir vartotojo) kūrimo yra susijęs su ekonominiu santykių pagrindu, išteklių pagrindu, socialiniu pagrindu.

*5 užduotis*. UŽBAIKITE PATEIKTUS TEIGINIUS.

1. Pasitikėjimas pasireiškia mažesniu nerimo suvokimu ir
2. Socialinės naudos apima emocinę santykių pusę bei pasireiškia per asmeninius vartotojų santykius su .
3. Ypatingo aptarnavimo naudos apima kainos sumažinimus, greitesnį aptarnavimą, individualizuotas
4. Vartotojai, palaikydami ryšius su organizacija, tikisi gauti dviejų rūšių naudas: funkcines ir ypatingo aptarnavimo arba
5. Pasitikėjimas prekės ženklu grindžia bet kokius ilgalaikius
6. Pasitikėjimo nauda vartotojui skatina pastarojo atsidavimą, drauge ir
7. Socialinė nauda yra: santykių teikiamas malonumas, maloniai praleistas laikas, bendraujant su
8. Funkcinė nauda yra: sutaupytas laikas, patogumas, patarimai, padedantys pasirinkti geresnę produkto ar
9. Pasitikėjimas yra esminis vartotojų
10. Lojalumas bus stipresnis, jei vartotojo pasitikėjimas organizacija bus
11. Socialinių naudų vartotojai nori kaip funkcinių .
12. Socialinės naudos sandorio rezultatus paveikia ne .
13. Socialinės naudos sandorio rezultatus paveikia per santykių kokybės elementus, jų įtaka lojalumui yra .
14. Ypatingo aptarnavimo naudos atsiranda tada, kai organizacija teikia tam tikras papildomas naudas .
15. Ekonominės naudos gali būti kaininės naudos – nuolaidos, kainų sumažinimas vartotojams, palaikantiems ryšius su .
16. Ekonominės naudos gali būti nekaininės naudos – greitesnis pastovių vartotojų aptarnavimas ir individualizuotos, vartotojams suvokiamas lengvatinis aptarnavimas, išskirtinis dėmesys bei ypatingos paslaugos, neteikiamos kitiems .
17. Ypatingo aptarnavimo naudos pasireiškia kaip vartotojų lojalumo ir atsidavimo .
18. Vartotojo suvokiama gaunama vertė didina pastarojo
19. Santykių teikiamos naudos formuoja santykių kokybę, nuo kurių priklauso .
20. Santykių teikiamos naudos, santykių kokybė yra vartotojų lojalumą

*6 užduotis*. PABRAUKITE TEIGINIUS, KURIE YRA SUSIJĘ SU BŪTINOMIS VARTOTOJO LOJALUMO EGZISTAVIMO SĄLYGOMIS.

* Kryptinga elgsena, t. y. atsitiktiniai pakartotiniai pirkimai.
* Kryptinga elgsena, t. y. neatsitiktiniai pakartotiniai pirkimai.
* Pasireiškianti ilgame laikotarpyje, t. y. perkama daugiau nei vieną kartą.
* Pasireiškianti trumpame laikotarpyje, t. y. perkama daugiau nei vieną kartą.
* Būdinga tam tikram sprendimų priėmėjui – vartotojui, pirkėjui ar individų grupei.
* Veikiama psichologinių procesų, t. y. vertinimo proceso priimamas sprendimas, kuris prekės ženklas yra blogiausias ir turi būti pasirenkamas.
* Veikiama psichologinių procesų, t. y. vertinimo proceso priimamas sprendimas, kuris prekės ženklas yra geriausias ir turi būti pasirenkamas.
* Susijusi su vieno prekės ženklo išskyrimu iš galimų alternatyvų.
* Susijusi su kelių prekės ženklų išskyrimu iš galimų alternatyvų.

*7 užduotis*. KURIE IŠ ŠIŲ VEIKSNIŲ TURI POVEIKĮ NELOJALIAM VARTOTOJUI, SIEKIANT, KAD TAPTŲ LOJALIU VARTOTOJU? PATEIKITE ATSAKYMUS LENTELĖJE: TAIP ARBA NE.

|  |  |
| --- | --- |
| **VEIKSNIAI** | **ATSAKYMAI** |
| Organizacijos patogumas |  |
| Pirmas įspūdis apie organizaciją |  |
| Bendras įspūdis apie organizaciją |  |
| Prekių, paslaugų kokybė |  |
| Siauras prekių, paslaugų asortimentas |  |
| Personalo aptarnavimas |  |
| Gilus prekių ir paslaugų asortimentas |  |
| Palaikančios paslaugos |  |
| Trumpos darbo valandos |  |

*8 užduotis.* NURODYKITE FORMUOJANČIUS VARTOTOJO LOJALUMĄ ORGANIZACIJAI (KUOMET VARTOTOJAS YRA NELOJALUS ORGANIZACIJAI) VEIKSNIUS PAGAL PATEIKTUS APRAŠYMUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **APRAŠYMAS** | **VEIKSNYS** |
| Šis veiksnys apibrėžia, kaip vartotojas suvokia organizaciją. |  |
| Šis veiksnys yra siejamas su darbuotojų paslaugumu, mandagumu, patikimumu, empatija. |  |
| Ji yra vienas svarbiausių veiksnių, formuojančių organizacijų, kurios prekiauja „pasirenkamais“ produktais, paslaugomis įvaizdį. |  |
| Jis apibrėžiamas kaip suvokiama produkto ar paslaugos pridėtinė vertė, lyginant ją su sumokėta kaina. |  |
| Vartotojų lojalumas organizacijai priklauso nuo produktų pasirinkimo galimybės. |  |
| Jis susijęs su organizacijos pasiekiamumu, interjeru, darbo valandomis. |  |
| Tai papildomos paslaugos, kurias teikia organizacija. |  |

*9 užduotis*. PABRAUKITE TUOS TEIGINIUS, KURIE YRA SUSIJĘ SU NELOJALAUS VARTOTOJO BRUOŽAIS.

* Pakartotinis vartojimas siejamas su nauda organizacijai.
* Tvirtos nuostatos nebuvimas prekės ženklo, organizacijos atžvilgiu.
* Prisirišimo nebuvimas.
* Perkama iš įpročio.
* Pirkimas, kuris sąlygojamas aplinkybių.
* Nuoseklus pirkimas.
* Ketinimas vėl pirkti.
* Organizacijos rekomendavimas kitiems.

*10 užduotis.* KURIE IŠ PATEIKTŲ INDIKATORIŲ YRA VARTOTOJŲ LOJALUMO MATAVIMO INDIKATORIAI. ATSAKYKITE TAIP ARBA NE.

|  |  |
| --- | --- |
| Indikatorius | Atsakymas |
| Pasitenkinimas organizacijos paslaugomis |  |
| Pasitenkinimas organizacijos parduodamomis prekėmis |  |
| Vartotojo baimė pirkti pakartotinai |  |
| Vartotojo ketinimas pirkti pakartotinai |  |
| Vartotojo nenoras rekomenduoti organizacijos kitiems |  |
| Neigiami vartotojo atsiliepimai apie organizaciją |  |
| Vartotojo ketinimas rekomenduoti organizaciją |  |
| Vartotojo ketinimas rekomenduoti paslaugą |  |
| Vartotojo ketinimas rekomenduoti prekes |  |

*11 užduotis.*ĮRAŠYKITE PRALEISTUS ŽODŽIUS, SUSIJUSIUS SU VARTOTOJŲ LOJALUMO ĮMONEI STIPRINIMU.

|  |
| --- |
| tikslams; vartotojų; skatinimo; viliojami; pardavimų; trumpalaikis; ilgalaikei; pakartotinių; priemonės; pardavimų |

* + - 1. Jei organizacijos, kurdamos pardavimų skatinimo programas, nenustato jų ilgalaikio poveikio ir nuolat augančios įtakos prekės ženklo įvaizdžiui bei rinkos pozicijai, rezultatas būna tik pakilimas pardavimų kreivėje.

1. Skirtingos pardavimų skatinimo veiklos yra kuriamos skirtingiems pasiekti.
2. Pardavimų skatinimo programos skatina išbandyti produktą, tikintis pirkimų, padidinti esamo prekės ženklo vartojimą, apsaugoti esamus vartotojus, paveikti specifinį rinkos segmentą, sustiprinti reklamos ir marketingo pastangas.
3. Vienas svarbiausių pardavimo skatinimo metodų naudojimo sričių yra skatinimas išbandyti naują prekę ar paslaugą.
4. Skatinimo , kuponai ar pasiūlymai grąžinti pinigus, dažniausiai yra pridedamos prie produktų pavyzdžių.
5. Paveikus reklamai bei daugybei bandymų, vartotojų sąmonėje jau giliai įsišaknijęs įprotis įsigyti esamą prekės ženklą.
6. Vartotojai gali būti suteikiant konkurentų vartotojams paskatas pasinaudoti pasiūlymu, tokiu kaip kuponai, papildomi pasiūlymai, premijinės pakuotės, skatinimas kaina.
7. Tokios skatinimo priemonės kaip konkursai, įvykiai, kuponai, produkto pavyzdžių dalinimas yra labai efektyvūs būdai pasiekti specifines geografines, demografines, psichologines ir etnines rinkas.
8. naudojimas integruotos marketingo komunikacijos programoje suteikia vartotojams pridėtinę vertę, išreikštą žemesne kaina, įvairiais priedais ar galimybe laimėti specialų prizą.

*12 užduotis.*PRIE E. KLIENTŲ LOJALUMO SEGMENTŲ PARINKITE TINKAMĄ POVEIKIO STRATEGIJĄ IR LOJALUMĄ KOREGUOJANTĮ VEIKSMĄ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lojalumo segmentai** | | **Strategijos** | | **Veiksmai** | |
| 1 | Nepažįstami | A | Nustatyti priežastį | X | Pristatyti vertę |
| 2 | Miegaliai | B | Pasiūlyti naujieną | XX | Parodyti dėmesį |
| 3 | Prarandami | C | Pradėti sekti | Y | Pasiūlyti asmeniškai kažką naujo |
| 4 | Atsitiktiniai | D | Stebinti, linksminti | YY | Dėmesys, padėka |
| 5 | Lojalūs | E | Greita reakcija į poreikius | Z | Periodiškai susisiekti |
| 6 | Superklientai | F | Formuoti įprotį | ZZ | E. apklausos organizavimas |

*13 užduotis.*PRIE E. KLIENTŲ POREIKIŲ IR LŪKESČIŲ PRISKIRKITE TINKAMĄ LOJALUMO PRIEMONĘ.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lojalumo priemonės** | |  | **E. kliento poreikiai ir lūkesčiai** | |
| 1. | Papildomi lojalumo programos taškai |  | A. | Taupymas |
| 2. | Renginiai, šventės |  | B. | Patogumas |
| 3. | Dovanos, kas nors nemokamai |  | C. | Dėmesys, padėka už lojalumą |
| 4. | Asmeninis dėmesys |  | D. | Saviraiška, įprasminimas |
| 5. | Mob. APP, savitarna |  |  |  |
| 6. | „Be eilės“, asmeninis aptarnavimas |  |  |  |
| 7. | Akcijos, išpardavimai |  |  |  |
| 8. | „Auksinė“ kortelė |  |  |  |
| 9. | Asmeniniai pasiūlymai (no spam) |  |  |  |
| 10. | Lojalumo taškai |  |  |  |
| 11 | Terminalas, GPS navigacija |  |  |  |
| 12 | Specialūs išpardavimai, akcijos |  |  |  |

**Modulis „Įvadas į darbo rinką“**

*TESTAS ĮSIVERTINTI GEBĖJIMAMS BAIGUS PROGRAMĄ*

*1 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

# 1. Pelnas gali būti apibūdinamas, kaip:

# a) skirtumas tarp visų įmonės pajamų ir patirtų išlaidų;

# b) ribotų išteklių paskirstymas, nustatant jiems atitinkamas kainas;

# c) perviršis produkto kiekio, kurį pardavėjai nori parduoti.

# 2. Kuris iš pateiktų teiginių yra teisingas?

# a) rinkos kainą nustato pardavėjai;

# b) rinkos kaina nepriklauso nei nuo pardavėjo, nei nuo pirkėjo;

# c) rinkos kainą nustato pardavėjas ir pirkėjas.

# 3. Kuris iš žemiau pateiktų apibrėžimų apibūdina interneto naršyklės pradinį puslapį?

# a) puslapis, kuris nustatomas interneto naršyklės autorių. Interneto naršyklės pradinio puslapio negali nustatyti vartotojas be autorių leidimo;

# b) puslapis, kuris užsikrauna pajungus interneto naršyklę. Interneto naršyklės pradinio puslapio negali nustatyti vartotojas be autorių leidimo;

# c) puslapis, kuris užsikrauna pajungus interneto naršyklę. Interneto naršyklės pradinį puslapį gali nustatyti vartotojas pagal savo poreikius.

# 4. Kokių nėra internetinės paieškos sistemos grupių?

# a) paieškos tarnybas arba serverius;

# b) katalogus;

# c) metapaieškas;

# d) megapaieška.

# 5. Elektroninio pašto adresas susideda iš šių komponentų (eiliškumas svarbu):

# a) srities vardo, specialaus simbolio, vartotojo vardo;

# b) vartotojo vardo, specialaus ženklo, srities vardo;

# c) vartotojo vardo, slaptažodžio, srities vardo.

# 6. Kurį iš funkcinių klavišų reikia paspausti klaviatūroje, kad būtų pradėtas automatinis skaidrių rodymas?

# a) F4;

# b) F9;

# c) F11;

# d) F5.

# 7. Kokiame spalvų modelyje geriausia išsaugoti spalvotą grafinį vaizdą ruošiant jį spausdinti?

# a) CMYK;

# b) Bitmap;

# c) RGB.

# 8. COD siūlomas apmokėjimo būdas reiškia, kad:

# a) užsakymo apmokėjimas vykdomas e. bankininkystės pavedimu;

# b) užsakymo apmokėjimas atliekamas per tarpininkus;

# c) užsakymo apmokėjimas atliekamas atsiimant užsakymą;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 9. Kuris iš žemiau išvardintų apmokėjimo būdų diegiant į e. platformą jau būna arba diegimui naudojamas nemokamas modulis ar įskiepis?

# a) užsakymo apmokėjimas per tarpininkus;

# b) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# c) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele;

# d) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu.

# 10. Kuris iš žemiau patektų atsiskaitymo būdų į e. platformas įdiegiamas ir administruojamas greičiausiai?

# a) užsakymo apmokėjimas tarpininkais;

# b) užsakymo apmokėjimas atsiimant užsakymą;

# c) užsakymo apmokėjimas e. bankininkystės pavedimu;

# d) užsakymo apmokėjimas kredito/ debeto kortele.

# 11. Kokiais atvejais gali būti mažinama prekių kaina?

# a) kai baigiasi vartojimo termino data;

# b) kai baigiasi vartojimo terminas ir blogėja prekinė išvaizda;

# c) kai pablogėja prekės prekinė išvaizda.

# 12. Prekių sandėliavimas gali būt apibūdinamas kaip:

# a) pagalba maksimalizuojant prekių gedimo, deformavimosi ar galiojimo terminų pasibaigimo riziką;

# b) visuma operacijų su prekėmis nuo jų gavimo iki išsiuntimo;

# c) patalpų nuoma prekėms laikyti.

# 13. Kokiomis kalbomis turi būti pateikiama informacija ženklinimo etiketėje, jei prekė realizuojama Lietuvoje?

# a) lietuvių ir anglų kalbomis;

# b) lietuvių kalba;

# c) lietuvių ir rusų kalbomis;

# d) lietuvių, anglų ir rusų kalbomis.

# 14. Į kokias sąlygas atsižvelgiama prekių sandėliavimo metu?

# a) į oro sudėtį, drėgmę temperatūrą;

# b) į apšvietimą, prekių kaimynystę;

# c) švarą, priešgaisrinę saugą;

# d) tinka visi atsakymai.

# 15. Sutartis – tai toks sandoris, kuriam sudaryti reikia:

# a) įmonės verslo plano ir pradinio kapitalo;

# b) asmens valios ir pradinio kapitalo;

# c) daugiau nei vieno asmens valios.

# 16. Kokias svarbiausias sandėlių funkcijas galima išskirti?

# a) išlyginamosios, garantinės, spekuliatyvinės, gerinamosios, prekių asortimento formavimo;

# b) poreikių nustatymo, prekių atsargų kaupimo, sandėliuose atliekamos gamybinės operacijos;

# c) kiekio, trukmės neatitikimas, gerinamosios, garantinės.

# 17. Kokias būdais pagal laikymo sąlygas gali būti sandėliuojamos prekės?

# a) atviru sandėliavimu, pusiau atviru sandėliavimu, uždaru sandėliavimu;

# b) atviru sandėliavimu, pusiau atviru sandėliavimu, vidutiniu sandėliavimu;

# c) uždaru sandėliavimu, pusiau uždaru sandėliavimu.

# 18. Nuo kokių veiksnių priklauso prekių laikymo kokybė?

# a) nuo temperatūros, santykinio oro drėgnumo, šviesos, oro sudėties, sanitarijos, higienos sąlygų;

# b) nuo mechaninių įrengimų, drėgmės, oro srauto, natūralios ir dirbtinės šviesos;

# c) nuo temperatūros, drėgmės, sanitarijos, šviesos.

# 19. Į kokius komponentus skirstomos visos sandėlių procesų operacijos?

# a) prekių gavimas, laikymas, paruošimas, išsiuntimas;

# b) prekių priėmimas, apskaitymas, išsiuntimas;

# c) laikymas, išdavimas, gavimas.

# 20. Pagal kokius kriterijus skirstomos ir vertinamos sandėlių darbo operacijos?

# a) sudėtingumo, paprastumo, tvarumo ir sinergijos;

# b) prekių judėjimo eiliškumo ir vietos, paprastumo ir sudėtingumo, informacijos ir valdymo, laiko ir technikos

# c) laiko ir technologijų lygmens sandėlyje, prekių judėjimo eiliškumo ir vietos.

# 21. Sąvoka „Auksinė valanda“ reiškia, kad:

# a) per tą valandą yra deleguojamos užduotys darbuotojams;

# b) per tą valandą galima daryti pageidaujamas veiklas, nes tai sutaupytas laikas;

# c) per tą valandą atliekami patys svarbiausi darbai;

# d) nėra teisingo atsakymo.

# 22. Kas yra pagrindinis e. prekybos objektas?

# a) vietiniai ir tarptautiniai sandoriai, palaikomi moderniomis ryšio priemonėmis;

# b) pirkimo ir pardavimo sutartys, kurios yra sudaromos tiesiogiai;

# c) vietiniai pardavimai, palaikomi ryšio priemonėmis.

# 23. Kurias iš žemiau išvardintų prekių įsigytas e. erdvėje pardavėjas gali nepriimti kaip grąžinamas?

# a) smulkią foto ir video techniką, avalynę;

# b) apatinis trikotažas, optikos prekės;

# c) viršutinius rūbus, sporto reikmenis.

# 24. Jeigu buvo nutraukta pirkimo-pardavimo sutartis, per kokį laiką e. erdvėje pardavėjas turi visiškai atsiskaityti su klientu (grąžinti pinigus)?

# a) per 14 dienų;

# b) per 3 mėnesius;

# c) per 30 dienų.

# 25. Kuris iš apmokėjimų būdų naudojamų e. prekyboje įmonei nesudaro išlaidų?

# a) mokėjimas per bankines sistemas;

# b) bankinis pavedimas;

# c) mokėjimas per kitas mokėjimų sistemas.

# 26. „Buferio“ principą sudaro šios dalys:

# a) 60 proc. suplanuotos veiklos, 20 proc. netikėtos veiklos, 20 proc. spontaniškos veiklos;

# b) 20 proc. spontaniškos veiklos, 40 proc. suplanuotos veiklos, 40 proc. netikėtos veiklos,;

# c) 30 proc. netikėtos veiklos, 60 proc. suplanuotos veiklos, 10 proc. spontaniškos veiklos;

# d) nėra teisingo atsakymo.

# 27. E. parduotuvės asortimentas pradedamas formuoti, kai:

# a) suformuluoti asortimento politikos tikslai;

# b) atlikus konkurentų asortimento įvertinimą;

# c) atlikus vartotojų poreikių tyrimą.

# 28. Kokio sudėtinio elemento nėra e. prekyboje?

# a) dalyviai, tinklai;

# b) procesai;

# c) vaizdai, reklama

# 29. Kuris laiko planavimo metodas „reikalauja“ bent 8 minučių planavimo darbams atlikti?

# a) „Buferio“ metodas;

# b) „Alpen“ metodas;

# c) „Pareto“ metodas.

# 30. Kuris LR kodeksas reglamentuoja pinigines prievoles už praleistus terminus?

# a) LR Baudžiamajame kodekse;

# b) LR Administracinių nusižengimų kodekse;

# c) LR Civiliniame kodekse.

# 31. Kokių pareigybių asmenys gali spausdinti kasos aparatų ataskaitas?

# a) bet kuris pardavėjas, kuris dirba toje pačioje parduotuvėje;

# b) asmuo dirbantis kasos aparatu, kuriam suteikta tokia teisė;

# c) mėnesio pabaigoje ataskaitą gali spausdinti tik įmonės vadovas.

# 32. Kokios pagrindinės siunčiamos e. dalykinės korespondencijos sudedamosios dalys:

# a) adresatas, išsiuntimo žyma, tekstas, rašto pabaiga;

# b) adresatas, viza, tekstas, tvirtinimo žyma, laiško pabaiga;

# c) adresatas, laiško tema (antraštė), laiško tekstas, laiško pabaiga.

# 33. Kuris iš išvardintų veiksnių neturi įtakos reklamos biudžeto dydžiui?

# a) produkto pasiūla;

# b) produktų asortimento diferencijavimas;

# c) reklamos dažnumas;

# d) konkurencija;

# e) rinkos dydis;

# f) produkto gyvavimo stadija.

# 34. E. marketingo atsiradimas gali būti siejamas su:

# a) su kompiuterio atsiradimu;

# b) su skaitmenine revoliucija versle;

# c) su interneto atsiradimu.

# 35. Kuris iš e. marketingo būdų įmonei nesudaro tiesioginių išlaidų?

# a) reklaminiai skydeliai, elektroninis paštas;

# b) elektroninis paštas, tinklaraščiai;

# c) SEO, elektroninis paštas.

# 36. Kokias iš šių funkcijų atlieka kaina elektroninėje erdvėje?

# a) signalinę, motyvacinę;

# b) išraiškos, motyvacijos;

# c) motyvacinę, signalinę ir išraiškos.

# 37. Kuris iš pateiktų duomenų rinkimo metodų, internete nepasižymi gautų duomenų nuoseklumu?

# a) apklausa;

# b) stebėjimas;

# c) eksperimentas.

# 38. Interesų konfliktas – tai:

# a) sutarimo tarp dviejų ar daugiau šalių nebuvimas darbiniuose santykiuose;

# b) sutarimo tarp dviejų ar daugiau šalių nebuvimas asmeniniuose santykiuose;

# c) sutarimo nebuvimas tarp dviejų verslo įmonių.

# 39. Organizacijos kultūra apima:

# a) organizacijos narių išskirtinį elgesį, dažniausiai suvokiamą kaip dominuojantį;

# b) dominuojančias normas ir vertybes, lemiančias darbuotojų elgesį, tarpusavio santykius toje organizacijoje;

# c) paklusnumą, dominuojančius ir nusistovėjusius kultus, ekonominių-socialinių pažiūrų darinius.

# 40. Su kokiomis e. marketingo problemomis nesusiduria įmonės?

# a) geografinė padėtis tarp pirkėjo ir pardavėjo;

# b) greitas blogų naujienų sklidimas;

# c) globaliniai skirtumai susiję su vertybių, kultūrų, prekių ir paslaugų pasirinkimu rinkose skirtumais.

# 41. Parinkite teisingą e. marketingo sistemos procesų eigą iš eilės (1 – poreikių pasitenkinimas; 2 – poreikio išsiaiškinimas; 3 – kainos nustatymas; 4 – rėmimas; 5 – paskirstymas; 6 –produkto kūrimas; 7 – išlaidų įvertinimas).

# a) 2, 6, 7, 3, 5, 4, 1;

# b) 7, 1, 2, 3, 4, 5, 6;

# c) 6, 7, 4, 2, 5, 3, 1.

# 42. Koks yra pirmasis darbo paieškos etapas?

# registravimasis socialiniuose tinkluose;

# gyvenimo aprašymo rengimas;

# darbo sutarties formos sudarymas.

43. Keliais egzemplioriais sudaroma darbo sutartis?

1. vienu ir duodama pasirašyti darbo sutarčių registravimo žurnale, kad susipažino su darbo sutarties sąlygomis;
2. dviem – po vieną kiekvienai šaliai;
3. trimis – darbdaviui, darbuotojui ir darbo inspekcijai.

# 44. Koks pagrindinis dokumentas reglamentuoja darbuotojų saugą ir sveikatą Lietuvoje?

# Lietuvos Higienos norma;

# Aplinkosaugos įstatymas;

# Darbuotojų saugos ir sveikatos įstatymas.

# 45. Saugias ir sveikas darbo sąlygas privalo sudaryti:

# Valstybinė darbo inspekcija;

# darbdavys, įmonės vadovas;

# darbuotojų saugos ir sveikatos skyriaus darbuotojai.

# 46. Kokius saugaus darbo instruktažus turi išklausyti darbuotojas?

1. įvadinį;
2. pirminį darbo vietoje;
3. įvadinį, pirminį darbo vietoje, periodinį darbo vietoje, papildomą darbo vietoje.

47. Kuris iš pateiktų pavyzdžių nėra domeno vardas?

* 1. www.pavyzdys.com;
  2. wwwpavyzdys@tinklapis.lt;
  3. www.mokykla.pavyzdys.lt.

48. Aukščiausio lygio sritis .net skirta:

* 1. neapribotam naudojimui;
  2. privatiems asmenims;
  3. tinklo organizacijoms.

49. Siunčiant elektroninį laišką, laukelis CC skirtas:

* 1. įrašyti papildomus gavėjus, iš kurių tikimasi atsakymo;
  2. tiesioginiam laiško gavėjui ar gavėjams, iš kurių dažnai tikimasi atsakymo;
  3. įrašyti papildomus gavėjus, kurie turėtų būti informuoti apie vykstantį susirašinėjimą, tačiau diskusijoje dalyvauti neprivalo.

50. Elektroninis verslas – tai:

* 1. individualios įmonės organizavimas su 20 000 eurų kapitalu;
  2. galimybė plėtoti elektroninį marketingą ir elektroninius mainus;
  3. įmonės veiklos organizavimas naudojant informacines technologijas duomenų perdavimo tinklų aplinkoje.

51. Veiksniai, ribojantys vartotojų aktyvumą:

* 1. nerimas dėl privatumo ir saugumo;
  2. patirtis, sociodemografiniai veiksniai;
  3. ekonominiai motyvai ir tyrimų rezultatai.

52. Elektroninės prekybos pagrindinis objektas:

* 1. vietiniai ir tarptautiniai sandoriai, palaikomi moderniomis ryšio priemonėmis;
  2. vietiniai pardavimai, palaikomi ryšio priemonėmis;
  3. pirkimo ir pardavimo sutartys, sudaromos tiesiogiai.

53. Trys sudėtiniai elementai, kuriais pasižymi elektroninė prekyba:

* 1. dalyviai, procesai, tinklai;
  2. tinklai ir jų sistemos, klientai, logistika;
  3. tyrimai, veiksmai, pardavimai.

54. Elektroninės parduotuvės asortimentas pradedamas formuoti, kai:

* 1. atlikti vartotojų poreikių tyrimai;
  2. sudaromi asortimento politikos tikslai;
  3. bus įvertinti konkurentų asortimentai.

55. Elektroninis katalogas nuo įprasto skiriasi:

* 1. informacijos apie prekę pateikimu;
  2. katalogo pateikimo galimybėmis klientui;
  3. puslapių skaičiumi.

56. Elektroninėje prekyboje svarbiausias dokumentas yra:

* 1. pirkimo-pardavimo sutartis;
  2. elektroninis komercinis pasiūlymas;
  3. važtaraštis.

57. Kliento duomenų bazės informacijai apsaugoti yra naudojamas:

* 1. kodavimas;
  2. šifravimas;
  3. slėpimas.

58. Kokie dokumentai pateikiami klientui gavus užsakytas prekes iš elektroninės parduotuvės, kai prekes pristato pačios įmonės kurjeris?

* 1. sąskaita-faktūra arba važtaraštis;
  2. sąskaita-faktūra;
  3. sąskaita-faktūra arba važtaraštis, prekių pristatymo kvitas.

59. Elektroninėje erdvėje pardavėjas turi visiškai atsiskaityti su klientu (grąžinti pinigus), jeigu buvo nutraukta pirkimo-pardavimo sutartis:

* 1. per 14 dienų;
  2. per 30 dienų;
  3. per 3 mėnesius.

60. Kokie reklaminiai skydeliai yra patys efektyviausi kaip reklamos priemonė?

* 1. animuoti skydeliai;
  2. išsiplečiantys skydeliai;
  3. iššokantys skydeliai.

61. Įprastoms ryšių su visuomene internete veikloms nepriskiriama:

* 1. informacija apie prekes ir paslaugas;
  2. asmeninė įmonės informacija;
  3. ryšiai su investuotojais.

62. Kuriant elektroninę reklamą reikia atkreipti dėmesį į:

* 1. turimas lėšas, auditoriją, reklamos nešiklį ir žinutės turinį;
  2. auditoriją, žinutės formuluotę;
  3. turimas lėšas, reklamos nešiklius.

63. Esminį vaidmenį, praktiškai realizuojant pristatymo reikiamu laiku (PRL) koncepcijas, vaidina:

* 1. kokybė;
  2. kaina;
  3. kiekis.

64. Ryšių su visuomene priemonės:

1. seminarai, parodos, prezentacijos;
2. ataskaitos, brošiūros, įmonės laikraščiai ir kt.;
3. spaudos konferencijos, interviu spaudai, televizijai, reportažai.

65. Pasitelkdama ryšius su visuomene įmonė gali:

1. pasiekti žinomumą ir suformuoti teigiamą įmonės įvaizdį;
2. sustiprinti komunikacinius gebėjimus ir pasinaudoti ryšiais;
3. perduoti vidinę informaciją darbuotojams.

66. Dalykinis bendravimas, tai:

1. bendravimas pagal dalyko turinį, tikslą, uždavinius ir standartizuotą modelį;
2. bendravimas, kuris pasitelkiamas įvairiems darbiniams, profesiniams ir kt. reikalams tvarkyti, kur išlaikomas vienas iš svarbiausių šiam bendravimo būdui būdingų ypatumų – oficialumas;
3. bendravimas visomis bendravimo formomis: „akis į akį“, žinutėmis, telefono skambučiais ir kt. – su pažįstamais, draugais ar artimaisiais, nevaržomas taisyklių.

*2 užduotis.* IŠVARDINKITE PAGRINDINIUS 9 ŽINGSNIUS PRADEDANT KURTI SAVO E. PREKYBOS VERSLĄ.

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

*3 užduotis.* PABAIKITE SAKINIUS NURODYDAMI VEIKSMUS, VEIKSNIUS AR SĄLYGAS, KURIE SUSIJĘ SU INTERNETINĖS REKLAMOS FORMOMIS BEI INFORMACIJOS RINKIMO PRIEMONĖMIS INTERNETE.

a) Elementaraus „Google Ads“ skelbimo patalpinimo paieškos sistemoje etapai: .

b) „Google Ads“ reklamos biudžeto nustatymo sąlygos: .

c) Svarbiausi nemokamo SEO nustatymai el. parduotuvės platformoje: .

d) „Google Ads“ paskyroje skiltyje „Skelbimo ištekliai“ galite pridėti iki 20 kiekvieno nurodyto išteklių: .

e) Analizuojant „Google Analytics“ įrankio gaunamus realiu laiku duomenis paspaudus „Realiu laiku“ galima matyti: .

f) „Search Console“ įrankiai ir ataskaitos padeda įvertinti e. parduotuvės paieškos srautą ir našumą, spręsti problemas ir pagražinti e. parduotuvę „Google“ paieškos rezultatuose. Pagrindiniai našumo atvaizduojami duomenys: .

g) Perduodamą virusinę informaciją galima suskirstyti į tipus: .

*4 užduotis.* PAGAL DUOTUS DUOMENIS APSKAIČIUOKITE IR UŽPILDYKITE LENTELĘ.

Įmonė X prekiauja pateiktomis prekėmis

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Eil. Nr. | Prekės pavadinimas | PIRKTA | | | PARDUOTA | | | LIKO SANDĖLYJE | | | PASTABA |
| Data | Vnt. | Kaina, € | Data | Vnt. | Kaina, € | Data | Vnt. | Kaina, € |
| 1. | Pieštukas | 09.01 | 100 | 0,50 | 09.02 | 65 | 0,60 | 09.30 | 35 | 0,50 | Apmokėta iš karto |
| 2. | Šratinukas | 09.01 | 150 | 1,10 | 09.04 | 140 | 1,35 | 09.30 | 10 | 1,10 | Apmokėta iš karto |
| 3. | Trintukas | 09.01 | 50 | 0,32 | 09.04 | 50 | 0,46 | 09.30 | 0 | 0,32 | Apmokėta iš karto |
| 4. | Rašiklis (kairiarankiams) | 09.01 | 60 | 9,80 | 09.02 | 33 | 13,00 | 09.30 | 27 | 9,80 | Apmokėta iš karto |
| 5. | Rašiklis (dešiniarankiams) | 09.01 | 60 | 9,80 | 09.15 | 55 | 11,00 | 09.30 | 5 | 9,80 | Apmokėta iš karto |
| 6. | Sąsiuvinis (12 lapų) | 09.01 | 200 | 0,12 | 09.20 | 160 | 0,15 | 09.30 | 40 | 0,12 | Apmokėta iš karto |
| 7. | Sąsiuvinis (24 lapai) | 09.01 | 300 | 0,24 | 09.20 | 203 | 0,36 | 09.30 | 97 | 0,24 | Apmokėta iš karto |
| 8. | Sąsiuvinis (48 lapai) | 09.01 | 400 | 0,36 | 09.04 | 352 | 0,48 | 09.30 | 48 | 0,36 | Apmokėta iš karto |
| 9. | Įmautė (skaidri) | 09.01 | 1000 | 0,09 | 09.02 | 564 | 0,09 | 09.30 | 436 | 0,09 | Apmokėta iš karto |
| 10. | Įmautė (matinė) | 09.01 | 1000 | 0,09 | 09.09 | 951 | 0,11 | 09.30 | 49 | 0,09 | Apmokėta iš karto |
| 11. | Įmautė A5 | 09.01 | 500 | 0,15 | 09.29 | 321 | 0,15 | 09.30 | 179 | 0,15 | Bus apmokėta iki 10.10 |
| 12. | Liniuotė (24 cm) | 09.01 | 200 | 1,20 | 09.02 | 200 | 1,10 | 09.30 | 0 | 1,20 | Apmokėta iš karto |
| 13. | Liniuotė (30 cm) | 09.01 | 200 | 1,30 | 09.04 | 150 | 1,50 | 09.30 | 50 | 1,30 | Apmokėta iš karto |
| 14. | Liniuotė (50 cm) | 09.01 | 300 | 1,30 | 09.18 | 299 | 1,50 | 09.30 | 1 | 1,30 | Bus apmokėta iki 10.05 |
| 15. | Užrašų knygelė (didelė) | 10.01 | 50 | 10,32 | 10.01 | 1 | 13,52 | 09.30 | 50 | 10,32 | Apmokėta iš karto |
| 16. | Užrašų knygelė (maža) | 10.01 | 50 | 5,14 | 10.01 | 1 | 7,14 | 09.30 | 50 | 5,14 | Apmokėta iš karto |
| 17. | Skaičiavimo mašinėlė | 09.01 | 60 | 35,21 | 09.06 | 30 | 36,00 | 09.30 | 30 | 35,21 | Apmokėta iš karto |
| 18. | Piešimo sąsiuvinis A3 | 09.01 | 100 | 2,30 | 09.22 | 40 | 3,30 | 09.30 | 60 | 2,30 | Apmokėta iš karto |
| 19. | Piešimo sąsiuvinis A4 | 09.01 | 100 | 1,60 | 09.17 | 84 | 2,60 | 09.30 | 16 | 1,60 | Apmokėta iš karto |
| 20. | Spalvoti pieštukai | 10.01 | 500 | 3,26 | 10.01 | 0 | 3,50 | 09.30 | 500 | 3,26 | Apmokėta iš karto |
| 21. | Akvarelė | 09.01 | 600 | 2,65 | 09.30 | 357 | 3,24 | 09.30 | 243 | 2,65 | Bus apmokėta iki 10.15 |

1. Apskaičiuoti įmonės rugsėjo mėnesio pajamas, įplaukas, sąnaudas, išlaidas.

2. Apskaičiuoti įmonės pelną iki apmokestinimo ir pelno mokestį.

3. Apskaičiuoti kiek pelno uždirbama iš kiekvienos prekės atskirai, bei kiekvienos prekės pelną procentais.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Eil.  Nr. | Prekės pavadinimas | Pajamos | Sąnaudos | Įplaukos | Išlaidos | Pelnas iš kiekvienos prekės | Pelno procentas |
|
| 1. | Pieštukas |  |  |  |  |  |  |
| 2. | Šratinukas |  |  |  |  |  |  |
| 3. | Trintukas |  |  |  |  |  |  |
| 4. | Rašiklis (kairiarankiams) |  |  |  |  |  |  |
| 5. | Rašiklis (dešiniarankiams) |  |  |  |  |  |  |
| 6. | Sąsiuvinis (12 lapų) |  |  |  |  |  |  |
| 7. | Sąsiuvinis (24 lapai) |  |  |  |  |  |  |
| 8. | Sąsiuvinis (48 lapai) |  |  |  |  |  |  |
| 9. | Įmautė (skaidri) |  |  |  |  |  |  |
| 10. | Įmautė (matinė) |  |  |  |  |  |  |
| 11. | Įmautė A5 |  |  |  |  |  |  |
| 12. | Liniuotė (24 cm) |  |  |  |  |  |  |
| 13. | Liniuotė (30 cm) |  |  |  |  |  |  |
| 14. | Liniuotė (50 cm) |  |  |  |  |  |  |
| 15. | Užrašų knygelė (didelė) |  |  |  |  |  |  |
| 16. | Užrašų knygelė (maža) |  |  |  |  |  |  |
| 17. | Skaičiavimo mašinėlė |  |  |  |  |  |  |
| 18. | Piešimo sąsiuvinis A3 |  |  |  |  |  |  |
| 19. | Piešimo sąsiuvinis A4 |  |  |  |  |  |  |
| 20. | Spalvoti pieštukai |  |  |  |  |  |  |
| 21. | Akvarelė |  |  |  |  |  |  |
|  | Iš viso |  |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Įmonės pelnas |  |
| Pelno mokestis |  |

**Testų ir užduočių atsakymai**

**Modulis „Įvadas į profesiją“**

*TESTAS ĮSIVERTINTI GEBĖJIMAMS PRIEŠ PRADEDANT MOKYTIS*

1. Paaiškinkite, kas yra elektroninis verslas?

Elektroninis verslas – tai bet kokia verslo ar komercinė operacija, apimanti informacijos dalijimąsi internetu.

2. Paaiškinkite, kas yra elektroninė prekyba?

Elektroninė prekyba – tai prekybos būdas, kai prekių ar paslaugų pirkimas ir pardavimas vyksta naudojantis elektroninėmis sistemomis.

3. Kokiose įmonėse ar institucijose gali dirbti asmenys įgiję e. pardavėjo-konsultanto kvalifikaciją?

Komercinėse įmonėse, e. prekybą vykdančiose įmonėse, gali kurti savo įmonę, vykdysiančią e. komerciją.

4. Kokie yra pagrindiniai teisės aktai, reglamentuojantys e. verslą?

LR informacinės visuomenės paslaugų įstatymas, LR elektroninio parašo įstatymas, LR civilinis kodeksas, LR reklamos įstatymas, LR asmens duomenų teisės apsaugos įstatymas, LR autorių teisių ir gretutinių teisių įstatymas, LR vartotojų teisių gynimo įstatymas, LR vyriausybės patvirtintos mažmeninės prekybos taisyklės, LR elektroninės prekybos įstatymas

5. Kokiossvarbiausios asmeninės savybės reikalingos e. pardavėjui-konsultantui? *(įvardinkite bent penkias savybes)*

Kūrybiškumas, komunikabilumas, atsakingumas, pareigingumas, kruopštumas, atidumas, loginis mąstymas, empatija, punktualumas, energingumas, iniciatyvumas, aktyvumas, pozityvumas.

6. Kokiesvarbiausi gebėjimai reikalingi e. pardavėjui-konsultantui? *(įvardinkite bent penkis gebėjimus)*.

Gebėjimas bendrauti ir bendradarbiauti, gebėjimas kokybiškai atlikti pavestas užduotis, gebėjimas išsiaiškinti žmonių poreikius, gebėjimas planuoti veiklas, gebėjimas greitai orientuotis, gebėjimas analizuoti, gebėjimas dirbti komandoje

7. Ką turi mokėti e. pardavėjas-konsultantas? *(įvardinkite bent penkis)*

Turi mokėti parinkti e. verslo formą numatomai veiklai, kurti ir (ar) administruoti sukurtą e. prekybos platformą, pirkti ir priimti prekes iš tiekėjų, sandėliuoti prekes, parduoti prekes ir paslaugas elektroniniu būdu, sudaryti ir vykdyti prekių ir paslaugų pirkimo ir pardavimo sutartis elektroninėje aplinkoje, pristatyti prekes klientams, vykdyti buhalterinę apskaitą, identifikuoti vartotojų poreikius, kurti prekių ir paslaugų reklamą, konsultuoti klientus apie prekes ir paslaugas

8. Kokie pagrindiniai kvalifikaciniai reikalavimai keliami e. pardavėjui-konsultantui?

a) užsienio kalbų žinios, d) e. pardavėjo-konsultanto kvalifikacija, e) darbo patirtis e. prekybos srityje, g) kompiuterinis raštingumas

9. Kokių asmeninių savybių tobulinimas labiausiai padeda ugdyti verslumo įgūdžius?

f) tikslo siekimo, g) kūrybingumo, h) savęs pažinimo i) planavimo j) iniciatyvumo

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 |
| a | b | b | a | a | c | c | b | b | c | c | b | c | a | b | a | a | a | b | a |

# Modulis „E. verslo formos projektavimas ir kūrimas“

*1 užduotis.* SUJUNKITE SAVOKĄ IR JOS APIBRĖŽIMĄ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| d | e | f | b | a | c |

*2 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 |
| a | c | a | B | c | a | b | a | c | a | b | a | b | c | a | b | a | a | c | a | c |

*3 užduotis.*APIBŪDINKITE PATEIKTŲ E. VERSLO SRIČIŲ FUNKCIJAS.

|  |  |
| --- | --- |
| **E. verslo sritis** | **E. verslo srities funkcija** |
| E. komercija | Prekių ir paslaugų eksponavimas e. vitrinoje, užsakymų priėmimas, aktualios informacijos apie produktus ir užsakymus teikimas, kontakto su klientu užmezgimas, greitas užklausų aptarnavimas, užduočių prekybininkams paskirstymas, vykdymo kontrolė, klientų transakcijų sekimas. |
| E. paslaugos | Greitas ir nuoseklus klientų užklausų tvarkymas, kliento aptarnavimo sąnaudų sumažinimas, užduočių priskyrimas atitinkamiems darbuotojams, centralizuotas informacijos rinkimas įmonės bazei, planavimo, kontrolės ir rezultatų analizės automatizavimas, reagavimo kokybės pagerinimas, palaikymo sąnaudų sumažinimas. |
| E. marketingas | Centralizuotas klientų aptarnavimo informacijos rinkimas ir analizavimas, informacijos apie konkurentus ir jų produktus rinkimas, naujienų publikavimas internete, su marketingu susijusių strategijų taikymas, su rinkodara susijusios korespondencijos sisteminimas ir saugojimas. |
| E. verslo kontaktai | Aktuali informacija paradavimo vadybininkams, potencialių klientų „sekimas“, kontaktų palaikymas su esamais klientais, kompanijų e. paštu organizavimas, pardavimo automatizavimas, planų pardavėjams skirstymas, automatizuotas akcijų kontrolės mechanizmas, centralizuotas informacijos rinkimas, informacijos apie klientus ir pardavimus skirstymas. |
| E. projektų vadyba | Vidinių ir išorinių projektų sekimas, tikėtinų pabaigos terminų pabaigos terminų skaičiavimas, terminų kontrolė ir eiga laike, priėjimas prie svarbios informacijos, sėkmingų strategijų užtikrinimas. |
| E. biuro darbuotojų organizavimas | Priėjimas prie įmonės struktūrizuotos informacijos (kokybės sistemos dokumentų, taisyklių, instrukcijų, metodikų ir kt.) bet kuriuo metu ir jos kaupimo, kompanijos kontaktų struktūrizavimas, kompanijos „bibliotekos“ valdymo sistema. |
| E. logistika | Galimybė užsakyti prekes ir atsargines dalis iš bet kurios vietos, automatinis prekės likučio patikrinimas regioniniame ar centriniame sandėlyje, automatinis vidinio važtaraščio išrašymas, automatinis užsakymas pas tiekėjus, prekių vėlavimo apskaita ir analizė, prekių pateikimo terminų kontrolė. |
| E. žmogiškųjų išteklių vadyba | Naujų darbuotojų paieška, pretendentų archyvas, prašymų priėmimas internetu, išsami informacija apie darbuotojus. |
| E. skelbimai | Virtualūs skelbimai, panašūs į skelbimus spaudoje dėl pirkimo, pardavimo ar keitimo, nurodant svarbiausius produkto parametrus, kainą bei pateikimo būdą. |
| E. aukcionai | Pardavėjas moka e. aukciono organizatoriams už produkto paskelbimą pardavimų rubrikoje. Pirkėjai naudodami internetą siūlo patikusio produkto kainą. Jeigu pasiūlyta kaina būna didžiausia ir priimtina pirkėjas turi įsigyti produktą. |
| E. bankininkystė | Banko kliento sąskaitų nebrangi tvarkymo sistema, leidžianti gauti informaciją ir atlikti operacijas iš savo darbo vietos niekur nevykstant. Banko klientas gali atlikti visas tradicinio banko operacijas internetu. |

*4 užduotis.*KIEKVIENAI SITUACIJAI RASKITE ATITINKAMĄ RINKOS STRUKTŪROS TIPĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | J | K | L |
| 3 | 2 | 1 | 4 | 1 | 2 | 3 | 2 | 2 | 4 | 2 | 2 |

*5 užduotis.*KIEKVIENAM E. VERSLO MODELIUI PAGAL VAIDMENIS PARINKITE TINKAMĄ JO APIBŪDINIMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | Y | J |
| 6 | 11 | 5 | 2 | 10 | 7 | 1 | 4 | 3 | 8 | 9 |

*6 užduotis.* SURAŠYKITE PAGRINDINIUS E. VERSLO PRIVALUMUS IR TRŪKUMUS *(įvardinkite bent 5 privalumus ir 5 trūkumus).*

|  |  |
| --- | --- |
| **E. verslo privalumai** | **E. verslo trūkumai** |
| Greitai ir tiksliai bendraujama su darbuotojais, klientais, partneriais, investuotojais | Prekių negalima pačiupinėti ir įvertinti gyvai |
| Didesnis prekių ir paslaugų pasirinkimas | Neverbalinis bendravimas mažina pasitikėjimą informacija |
| Mažesnės kainos | Ne visada patogus apmokėjimo būdas |
| Taupomi ištekliai | Dar pasitaikančios saugumo problemos |
| Mažinamos sąnaudos | Kalbų ir kultūrų skirtumai, nesusipratimai daugiakalbių e. puslapių stoka |
| Patogesnis ir efektyvesnis klientų aptarnavimas | Projektai dažniausiai nesuasmeninami atskiriems vartotojams |
| Patogesnė transportavimo ir tiekimo sistema | Pasitaikantys autorinių teisių ir intelektinių produktų plagijavimo, piratavimo problemos |
| Tobulinama įmonės informacijos sistema | Tarptautinis šios veiklos barjerai, skirtingų valiutų kursai, teisinės problemos |
| Atsiveria naujos verslo galimybės | Reikalingas technologinis išprusimas ir valdymo įgūdžių |

*7 užduotis.* ĮVARDINKITE PENKIS IŠ EILĖS PAGRINDINIUS E. VERSLO ĮGYVENDINIMO ŽINGSNIUS.

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Vardo (domeno) įsigijimas |
| 2 | Technologijų (hostingo paslaugos, turinio valdymo sistema, e. prekybos modulis, CRM ir pan.) įsigijimas |
| 3 | Parengti darbui e. verslo priemones ir įdiegti (e. parduotuvė, jos paruošimas, produktai aprašai ir pan.) |
| 4 | Optimizuoti ir registruoti projektą internetinėse paieškos sistemose |
| 5 | Atlikti kitus e. marketinginius veiksmus |

*8 užduotis.*SUDĖLIOKITE E. PARDAVIMO PLATFORMOS KŪRIMO ETAPUS IŠ EILĖS.

Projekto inicijavimas

Turinio analizė

Turinio kūrimas

Testavimas-patikrinimas-koregavimas

Publikavimas

Rėmimas

Eksploatacija ir priežiūra

*9 užduotis.*ĮVARDINKITE PAGRINDINES E. RINKAS IR KAS IŠ PATEIKTO SĄRAŠO JOMS PRIKLAUSO.

|  |  |
| --- | --- |
| E. rinkos | Kas joms priklauso? |
| Komercinių prekių ir paslaugų rinka | E. verslas, E. bankininkystė, E. komercija |
| Socialinių paslaugų elektroninė rinka | E. medicina, E. valdžia, E. mokslas |
| Elektroninė darbo rinka | E. žmogiškieji ištekliai |

# *10 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PAŽYMĖDAMI TEISINGUS ATSAKYMUS.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| a | c | a, b, d | a, b, c | b | c | b | b | c | a | b | a | a |
| 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 |
| c | a | b | a | c | b | a | a | b | b | c | b | b |

# *11 užduotis.* ATSAKYKITE Į PATEIKTUS KLAUSIMUS.

1. Kokios yra pačios populiariausios interneto naršyklės? *(Įvardinkite bent 3).*

Microsoft Edge; Mozila Firefox; Chrome; Opera

2. Kas yra internetinės paieškos sistema?

# Sistema, leidžianti ieškoti informacijos saityne. Pastaroji sistema veikia kompiuterinių programų pagrindu, kurios nuskaito visas internetu pasiekiamas rinkmenas ir įtraukia juos į internetinę rodyklę, atsižvelgdama į tam tikrus raktažodžius rinkmenose.

3. Kokios yra pačios populiariausios internetinės paieškos sistemos? *(Įvardinkite bent 3).*.

Google; Yahoo; Bing; Yandex

4. Kas yra elektroninis paštas?

Būdas kurti, siųsti ir gauti žinutes per elektronines komunikavimo (ryšio) sistemas.

5. Ką reiškia CC BY (angl. Creative Commons)?

Kūrybinių bendrijų licencija – tai licencija, reikalaujanti nurodyti autorystę („priskirti“ kūrinį, nurodant jo autorių/-ius ar atlikėją/-us). CC licencija yra lyg sutartis dėl objekto naudojimo sąlygų tarp asmens, paženklinusio objektą (autoriaus, ženklinančios institucijos ar kt.), ir internete objektą radusio naudotojo.

6. Kokie gali būti naudojami kūrybinių bendrijų licencijų junginiai? *(Pateikite bent 4 paveikslėlius).*

Creative Commons licencija; Creative Commons licencija; Creative Commons licencija; Creative Commons licencija; Creative Commons licencija; Creative Commons licencija

7. Kas yra VPN?

Virtualus privatus tinklas

8. Kas yra verslo projektas?

Verslo projektas yralaikina veikla, turinti pradžią ir pabaigą, kurianti vertę ir naudą, su tikslu sukurti unikalią naują paslaugą ar produktą. Neretai verslo projekte bendradarbiauja keleto sričių specialistai ir turimi riboti ištekliai.

9.Kokios yra 4 pagrindinės projekto ciklo fazės?

Koncepcija, planavimas, įgyvendinimas, užbaigimas

10. Kaip skirstomi projektai pagal savo apimtį?

Maži, vidutiniai / dideli, megaprojektai

11. Kokios yra 5 projekto rengimo fazės?

Inicijavimas, planavimas, vykdymas, kontrolė, stebėjimas ir užbaigimas

12. Kas yra projekto dalyviai? *Išvardinkite*.

Užsakovas, investitorius, rangovas, projekto vadovas, projekto komanda.

13. Kokie yra verslo projektų finansavimo būdai. *(Įvardinkite bent 5).*

Savi finansiniai ištekliai, investitorių finansiniai ištekliai, skolinamos finansinės lėšos, lizingas, investiciniai asignavimai, užsienio investicijos.

14. Ką apima kibernetinių incidentų sukelti nuostoliai? *(Įvardinkite bent 5).*

* + finansinius nuostolius dėl banko ar kitų finansinių duomenų praradimo arba pinigų vagysčių;
  + finansinius nuostolius dėl vykdomos veiklos sutrikdymo, ypač jei pagrindinė įmonės veikla yra prekyba internetu;
  + išlaidas, susijusias su paveiktų IT sistemų sutvarkymu, atkūrimu bei remontu;
  + baudas dėl Bendrojo duomenų apsaugos reglamento nesilaikymo, kai yra asmens duomenų pažeidimų;
  + teisininkų paslaugas;
  + įmonės veiklai reikalingos informacijos praradimą ir jos atkūrimą;
  + poveikį įmonės reputacijai ir klientų pasitikėjimo praradimą.

15. Ką reikia atlikti siekiant apsisaugoti nuo duomenų praradimo? *(Įvardinkite bent 5).*

* + Nustatyti, kokių duomenų kopijos turi būti daromos;
  + Pasirinkti atsarginių duomenų kopijų kūrimo dažnumą;
  + Pasirinkti atsarginių duomenų kopijų kūrimo priemones;
  + Nustatyti prieigą prie atsarginių duomenų kopijų;
  + Apriboti atsarginių duomenų kopijų prieinamumą;
  + Pasirinkti atsarginių duomenų kopijų saugojimo vietą;
  + Nuspręsti dėl atsarginių duomenų kopijų saugojimo keliose vietose;
  + Nustatyti atsarginių duomenų kopijų saugojimo terminus;
  + Parengti duomenų atkūrimo tvarką.

*12 užduotis*. PAŽYMĖKITE TRIS PAGRINDINES E. PROJEKTO SAVYBES.

unikalus tikslas; trukmės apribojimai; riboti ištekliai

*13 užduotis.* KOKIA PRASMĖ RAŠYTI VERSLO PLANĄ? PAŽYMĖKITE TINKAMUS TEIGINIUS.

Pagrįsti ir patikrinti naują idėją;

Palyginti prognozes su faktiniais pasiekimais;

Apskaičiuoti lėšų poreikį;

Įvertinti verslo perspektyvas;

Pagrįsti ir gauti pinigines paskolas;

Surasti partnerius arba pateikti informaciją esamiems.

*14 užduotis.* SUDĖLIOKITE IŠ EILĖS E. VERSLO STRATEGIJOS FORMAVIMO IR ĮGYVENDINIMO FAZES.

|  |  |
| --- | --- |
| **E. verslo strategijos formavimo ir įgyvendinimo fazė** | **Eil. Nr.** |
| E. verslo įgyvendinimo plano rengimas | 4 |
| E. verslo strategijos formavimas | 3 |
| Verslo situacijos rinkoje analizė | 1 |
| E. verslo palaikymas ir rezultatų vertinimas | 6 |
| Vizijos ir tikslų formavimas | 2 |
| E. verslo plano įgyvendinimas | 5 |

*15 užduotis.* PARINKITE KIEKVIENAI E. VERSLO STRATEGIJAI TINKAMĄ APIBŪDINIMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| D | C | A | F | E | G | B |

*16 užduotis.* KIEKVIENAM TEIGINIUI APIE E. RINKOS TYRIMUS IŠ DUOTO SĄRAŠO PARINKITE TINKAMĄ SĄVOKĄ.

|  |  |
| --- | --- |
| Teiginiai apie e. rinkos tyrimus | Sąvoka |
| Kiekvienas puslapis, peržiūrimas lankytojo, gali sugeneruoti daugybę užklausų failams. | Stebėjimas |
| Šie tyrimai vyksta greičiau ir pigiau nei įprasti tyrimai. | Pirminiai tyrimai |
| Tyrimai laikomi esančiais ribotos apimties, stokojančiais detalumo. | Antriniai tyrimai |
| Vartotojai, kurie atsitiktinai apsilanko tinklapyje arba yra nukreipiami į tinklapio URL per reklamą ar el. paštą. | Internetinės apklausos |
| Šis tyrimo metodas leidžia vykdyti bandomąją rinkodarą. | Eksperimentas |
| Jos gali būti naudojamos norint atlikti išsamų, kokybinį tyrimą per trumpą laiką ir santykinai mažą savikainą. | Internetinės sutelktos grupės |
| Virtualios realybės modeliavimo pagalba sukuriama e. parduotuvė ir ji pristatoma klientams. | Eksperimentas |
| Įrašo failo duomenys gali būti kaupiami ir organizuojami, kad padėtų priimti sprendimus. | Stebėjimas |
| Jie netinka asmeniniam interviu, kurie taps praktiški naudojant vaizdo konferencijas. | Pirminiai tyrimai |
| Produktų, paslaugų ir tinklapių vertinimai randami įvairiuose tinklapiuose. | Antriniai tyrimai |
| Būdas tinkantis atlikti klientų pasitenkinimo tyrimą iš karto po pardavimo arba įvertinti e. parduotuvės aptarnavimą. | Internetinės apklausos |
| Jos patogios ir sutaupo klientams ir respondentams kelionės laiką ir kainą. | Internetinės sutelktos grupės |

*17 užduotis.* SUDĖLIOKITE E. RINKOS TYRIMŲ EIGĄ IŠ EILĖS.

|  |  |
| --- | --- |
| **E. rinkos tyrimų eiga** | **Eiliškumas** |
| Žvalgybinis tyrimas | 2 |
| Duomenų analizavimas | 9 |
| Imčių atranka | 7 |
| Problemos išsiaiškinimas | 1 |
| Tyrimo pobūdžio nustatymas | 5 |
| Tyrimo reikalingumo reikalingumo patvirtinimas | 4 |
| Tyrimo metodo nustatymas | 6 |
| Tyrimo tikslų nustatymas | 3 |
| Ataskaitos rengimas ir interpretavimas | 10 |
| Duomenų rinkimas | 8 |

*18 užduotis.* UŽBAIKITE SAKINIUS.

1. skirtingas vartotojų grupes

2. finansiškai patrauklus

3. asmenybę, vertybes, gyvenimo stilių, veiklą, interesus ir nuomones

4. Pirminio

5. sunkiau įvertinami

6. vartotojų veiksmų istorijos duomenys

7. lojalumo, ieškomos naudos, vartojimo atvejo kriterijus

8. homogeniškumu, heterogeniškumu, esmingumu ir naudingumu

9. diferencijuota elgsena, narystės indentifikavimas, pasiekiamumas, įvykdomumas, pelningumas, esmingumas, reagavimas, stabilumas, veiksmingumas, įvertinamumas.

10. geografinis, demografinis, psichografinis ir elgsenos

11. sujungti kelis skirtingus segmentavimo kriterijus

12. rinkodaros veiksmus

13. realiu laiku

14. didžiausios grąžos

# *19 užduotis.* ĮVARDINKITE, KOKIO POBŪDŽIO E. PARDAVIMO PLATFORMAI PRISKIRTUMĖTE PATEIKTAS PLATFORMAS.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| B | B | A | B | C | C | B | C | B | C | C | B | B | B | C | C | B | A | A | A |

# *20 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| c | b | a | d | c | a | d | b | b | a |

# *21 užduotis.* IŠ PATEIKTŲ TEIGINIŲ IŠSIRINKITE TINKAMUS IR SUDĖLIOKITE E. PARDAVIMO PLATFORMOS DUOMENŲ BAZĖS SUKŪRIMO EIGĄ.

# D, A, C, B, E, H, G.

*22 užduotis.* PAŽYMĖKITE, TEIGINYS TEISINGAS (T) AR KLAIDINGAS (K).

# 1. K, 2. T, 3. K, 4. T, 5. K, 6. K, 7. K, 8. K, 9. T, 10. T, 11. K

# Modulis „Prekių pirkimas ir priėmimas, sandėliavimas“

*1 užduotis.* APIBŪDINKITE SĄVOKAS.

Prekių asortimentas – prekių rinkinys, kuris pateikiamas vartotojui prekybos įmonėje.

Prekių kokybė – produkto savybių, tenkinančių tam tikrus vartotojų poreikius, visuma.

Logistika – veiklos sritis, apimanti įvairius materialinių srautų, ypač prekių, judėjimo, prekybinės veiklos organizacinių procesų klausimus.

E. sandoris –veiksmai, kuriais e. erdvėje siekiama sukurti, pakeisti arba panaikinti civilines teises ir pareigas.

*2 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| c | b | c | a | b | b | c | d | c | a | b | a | a | c | a |
| 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |
| a | b | c | a | b | c | c | a | b | c | c | b | c | b | b |

*3 užduotis.* NURODYKITE, KĄ REIŠKIA ŠIE ŽYMĖJIMO SIMBOLIAI.

|  |  |
| --- | --- |
| **Žymėjimo simbolis** | **Reikšmė** |
|  | Tinka sąlyčiui su maistu |
|  | Pavojinga aplinkai |
| https://chemija.gamta.lt/files/ghs05.jpg | Ardančios (ėsdinančios) medžiagos |
| https://chemija.gamta.lt/files/ghs02.jpg | Labai degios cheminės medžiagos |
| 71 | Žalio stiklo pakuotės žymėjimas |
| Mebijus | Pagaminta iš perdirbtų medžiagų |
| 20 | Gofruoto kartono žymėjimo simbolis |

*4 užduotis.* PAŽYMĖKITE + LENTELĖJE TEISINGUS SĄVOKOS „KOMANDA“ APIBŪDINIMUS.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Sąvokos „komanda“ apibūdinimas** | **Atsakymas** |
| 1. | Komanda reiškia tiesiog žmonių grupę. |  |
| 2. | Komanda, dėdama koordinuojamas pastangas, sukuria pozityvią sinergiją. | + |
| 3. | Komanda – du ar daugiau tarpusavyje sąveikaujančių ir priklausomų vienas nuo kito žmonių, kurie susibūrė tam, kad įgyvendintų konkrečius tikslus. | + |
| 4. | Komanda – dirbančių žmonių grupė, kurioje kiekvienas jų turi savitą siekiamą tikslą. |  |
| 5. | Komanda vadiname du ar daugiau žmonių, kurie tarpusavyje yra susiję ir daro vienas kitam įtaką, siekdami bendro tikslo. | + |
| 6. | Komanda – kartu dirbančių asmenų grupė, kurioje visų asmenų buvimas yra būtinas bendram tikslui įgyvendinti. | + |
| 7. | Darnios darbuotojų grupės, kurios kryptingai ir nuosekliai pasiekia laukiamų rezultatų. |  |
| 8. | Komanda – efektyvi darbo grupė, kurioje visų asmenų buvimas yra būtinas bendram tikslui įgyvendinti ir kiekvieno nario individualiems poreikiams patenkinti. | + |
| 9. | Žmonių grupė, dirbanti kartu siekiant bendro tikslo. | + |
| 10. | Žmonių grupė, dirbanti kartu. |  |

*5 užduotis.* PAŽYMĖKITE + LENTELĖJE TEISINGUS SĄVOKOS „GRUPĖ“ APIBŪDINIMUS.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Sąvokos „grupė“ apibūdinimas** | **Atsakymas** |
| 1. | Kai tarp dviejų ar daugiau žmonių užsimezga tam tikri santykiai, susiformuoja grupė. | + |
| 2. | Grupę galima apibūdinti kaip tarpusavyje kontaktuojančių, vienas į kitą reaguojančių ir esminiais klausimais nesutinkančių individų sumą. | + |
| 3. | Grupė – tai atvira tarpusavio sąveikos sistema, kurios veikla sąlygoja sistemos struktūrą, o sėkminga tarpusavio sąveika daro įtaką sistemos identiškumui. | + |
| 4. | Grupė – tai nėra atvira tarpusavio sąveikos sistema, kurios veikla sąlygoja sistemos struktūrą, o sėkminga tarpusavio sąveika daro įtaką sistemos identiškumui. |  |
| 5. | Grupė – tai individų visuma, kurie palaiko santykius vienas su kitu, todėl tampa iš dalies priklausomi vienas nuo kito. | + |
| 6. | Grupė nėra individų visuma, kurie palaiko santykius vienas su kitu. |  |
| 7. | Grupė – socialinis vienetas, kurį sudaro daugybė atskirų narių. | + |
| 8. | Grupė nėra socialinis vienetas, kurį sudaro daugybė atskirų narių. |  |
| 9. | Grupė – tai toks žmonių skaičius, kurie veikia vienas kitą, kur kiekvienas narys suvokia pakankamai aiškiai kitą narį. | + |
| 10. | Grupė yra žmonių būrys, kurio egzistavimas leidžia tenkinti individų poreikius. | + |
| 11. | Grupė – tai žmonių grupė, kurioje žmonės pirmiausia sąveikauja tarpusavyje, kad keistųsi informacija ir priimtų sprendimus, kurių tikslas – padėti vienas kitam vykdyti savo srities užduotis. | + |

*6 užduotis*. NURODYKITE, KURIE IŠ PATEIKTŲ BRUOŽŲ LENTELĖJE YRA BŪDINGI GRUPEI, O KURIE KOMANDAI. ĮRAŠYKITE ŽODĮ: KOMANDA ARBA GRUPĖ.

|  |  |
| --- | --- |
| **Bruožai** | **Būdinga grupei / būdinga komandai** |
| Yra tik vienas lyderis | Grupė |
| Kiekvienas narys yra lyderis | Komanda |
| Atsakomybė – individuali | Grupė |
| Atsakomybė – bendra | Komanda |
| Tikslas būdingas visiems bendras | Komanda |
| Tikslą turi kiekvienas narys savo | Grupė |
| Būdingos bendros organizacijos taisyklės visiems | Grupė |
| Būdingos susitartos, savitos taisyklės visiems | Komanda |
| Pasiekimai priklauso visiems bendrai | Komanda |
| Pasiekimai priklauso kiekvienam individualiai | Grupė |
| Būdingi naudingi, rezultatyvūs susitikimai | Komanda |
| Nėra rezultatyvūs susirinkimai | Grupė |

*7 užduotis.* SUSIEKITE DARBO KOMANDOS APIBRĖŽIMĄ SU DARBO KOMANDOS TIPU.

1 b) 2 c) 3 d) 4 a)

*8 užduotis.* PABRAUKITE 3 SVARBIAUSIUS BRUOŽUS FORMUOJANT DARBO KOMANDĄ.

Sąžiningumas, darbštumas, bendravimas, noras siekti bendro tikslo, geranoriškas bendradarbiavimas, atsakomybė, socialinio dykinėjimo jausmo nebuvimas, patirtis, noras daug uždirbti, noras pasiekti asmeninių rezultatų.

*9 užduotis.* NURODYKITE, KOKIUS ĮGALIOJIMUS TURI SKYRIŲ, PADALINIŲ VADOVAI PATEIKTOSE SITUACIJOSE.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Situacijos** | **Įgaliojimo tipas** |
| 1. | E. įmonės marketingo padalinio vadovas, norėdamas į darbą priimti darbuotoją, privalo šį sprendimą derinti ne tik su generaliniu direktoriumi, bet ir su personalo skyriumi. | Lygiagretus |
| 2. | E. įmonės tiekimo skyriaus vadovas, sudarydamas sutartis su tiekėjais, privalo, pirmiausia, pateikti jas e. įmonės teisininkui, kad šis peržiūrėtų, pakoreguotų. | Suderinimo |
| 3. | E. įmonės IKT skyriaus vadovas, prieš pirkdamas įrangą, kreipiasi į vyriausiąjį buhalterį, norėdamas įsitikinti, kad lėšų šiam pirkiniui yra. | Suderinimo |
| 4. | E. įmonės pardavimo skyriaus vadovas kartais kreipiasi į marketingo skyriaus darbuotojus, kad jie pateiktų informaciją apie vartotojų paklausos pasikeitimus, tačiau priimdamas sprendimus, dažniausiai, vadovaujasi turima patirtimi arba intuicija. | Rekomendacinis |
| 5. | E. įmonės finansų skyriaus vadovas gavo nurodymą iš generalinio direktoriaus neapmokėti X įmonei už prekes, nes neatitinka kokybės reikalavimų. | Funkcinis |
| 6. | E. įmonės marketingo padalinio vadovas, norėdamas į darbą priimti darbuotoją, privalo šį sprendimą derinti tik su generaliniu direktoriumi. | Suderinimo |

*10 užduotis.* PABRAUKITE PROBLEMAS, BŪDINGAS DELEGAVIMUI.

1. E. įmonė neturi apyvartinių lėšų.
2. Darbuotojams trūksta kompetencijų.
3. Vadovo nepasitikėjimas darbuotojais.
4. Darbuotojų kaita.
5. Vadovo žinojimas, kad jis yra geriausias visose srityse.
6. Darbuotojų netinkama kontrolė.
7. Netinkamas darbuotojų motyvavimas.
8. Vadovo kompetencijų stoka užduočių delegavimui.
9. Darbuotojų vengimas atlikti užduotis.
10. E. įmonės darbuotojai neatnaujina kompetencijų – nesimoko. E. įmonė nėra besimokanti organizacija.

*11 užduotis.* PAŽYMĖKITE + VEIKSMUS, KURIEMS BŪDINGA KONTROLĖS FUNKCIJA.

|  |  |
| --- | --- |
| **Veiksmas** | **Kontrolės funkcija** |
| E. įmonės sandėlyje atliekama prekių inventorizacija. | + |
| E. įmonės vadovas nurodo atsakomybes už pavestas atlikti užduotis. | + |
| E. įmonės vadovas derina su padalinių vadovais metinių planų pateikimo datą. |  |
| E. įmonės personalo vadovas parengė naują atlyginimų sistemą, kuri užtikrina kiekvieno darbuotojo indėlio į bendrus darbo rezultatus įvertinimą. |  |
| E. įmonės kokybės skyriaus vadovas parengė standartizuotus reikalavimus klientų aptarnavimo kokybei vertinti. | + |
| E. įmonės pardavimų skyriaus vadovas, išsiaiškinęs, kad darbo našumas sumažėjo dėl nepalankaus darbo grafiko, suteikė darbuotojams dar vieną poilsio pertrauką. | + |

*12 užduotis*. NURODYKITE, KOKIAI KONTROLĖS RŪŠIAI PRISKIRTUMĖTE ŠIAS ATLIKTAS UŽDUOTIS.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Kontrolės rūšis** | **Pradinė** | **Tarpinė** | **Galutinė** |
| 1. Reguliarus užduočių atlikimo tikrinimas |  | X |  |
| 2. E. įmonės balanso sudarymas |  |  | X |
| 3. Pareiginių instrukcijų / aprašų parengimas | X |  |  |
| 4. Klientų aptarnavimo standarto parengimas | X |  |  |
| 5. Klientų užsakymų priėmimo procedūros parengimas | X |  |  |
| 6. E. įmonės išorinis auditas |  |  | X |
| 7. E. įmonės vidaus taisyklių parengimas | X |  |  |
| 8. Darbuotojų priėmimo į darbą procedūros sukūrimas | X |  |  |
| 9. Darbuotojų kvalifikacijos kėlimo plano sudarymas | X |  |  |
| 10. Periodiška darbuotojų apklausa, siekiant sužinoti apie problemas e. įmonėje |  | X |  |
| 11. Darbuotojų individualių pasiekimų per ataskaitinį laikotarpį suvestinės parengimas |  |  | X |
| 12. E. įmonės pelno (nuostolio) ataskaitos parengimas |  | X |  |
| 13. Periodiška tiekėjų sąskaitų kontrolė |  | X |  |

*13 užduotis*. NURODYKITE PATEIKTŲ KOMUNIKAVIMO METODŲ PRIVALUMUS IR TRŪKUMUS.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Komunikavimo metodas** | **Privalumai** | **Trūkumai** |
| *Žodinis komunikavimas* | Greitis: greitas grįžtamasis ryšys. | Informacijos tikslumas (informaciją asmuo gali suprasti skirtingai, nes kiekvienas žmogus savaip interpretuoja pranešimą). Nėra išliekamosios vertės – įrodymo. |
| *Komunikavimas raštu* | Apgalvota, logiška, aiški informacija.  Yra išliekamoji vertė. | Informacijai raštu parengti reikia laiko. Grįžtamasis ryšys arba užtrunka arba jo nebūna visai. |
| *Nežodinis komunikavimas* | Sustiprina žodinę komunikaciją. | Tikimybė tinkamai neatpažinti nežodinio komunikavimo signalus. |

*14 užduotis.* NURODYKITE KOMUNIKAVIMO KLIŪTĮ PAGAL KOMUNIKAVIMO KLIŪČIŲ APRAŠYMĄ.

|  |  |
| --- | --- |
| **Komunikavimo kliūties aprašymas** | **Komunikavimo kliūtis** |
| Būdami pikti ir susirūpinę tiekėjai, tą patį pranešimą interpretuos kitaip, nei gavę jį būdami laimingi. | Emocijos |
| Tiekėjas sąmoningai manipuliuoja informacija, kad e. įmonės darbuotojas palankiau ją priimtų. | Filtravimas |
| Skirtingiems žmonėms žodžiai reiškia skirtingus dalykus: amžius, išsilavinimas ir kultūrinė aplinka yra veiksniai, kurie turi poveikį žodžiams. | Kalba |
| E. įmonės vadovas yra įsitikinęs, kad visi tiekėjai yra nesąžiningi. | Selektyvus suvokimas |
| Žmonės turi ribotas galimybes apdoroti duomenis. Kas atsitinka, kai žmonės gauna daugiau informacijos nei gali išrūšiuoti ir panaudoti? Taip nutiko ir su e. įmonės tiekėju: jis atmetė, ignoravo, pamiršo, praleido. | Informacijos perteklius |
| Vyrai kalba, kad pabrėžtų savo statusą. Moterys kalba, kad užmegztų ryšį. | Lytis |

*15 užduotis.*PRIE ASORTIMENTO FORMAVIMO PROCESO ETAPŲ PRISKIRKITE TINKAMUS VEIKSMUS.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| a | b | c | d | e | f | g |
| 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 2 | 1 |

*16 užduotis.*SUDĖLIOKITE TIEKĖJŲ ATRANKOS ETAPUS IŠ EILĖS IR ŠALIA PARAŠYKITE, KAS ATLIEKAMA ETAPO METU.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Tiekėjų atrankos etapai** | **Kas atliekama etapo metu?** |
| 5 | Vertinti tiekėją tiesiogiai | Tiekėjo auditas ir pasirinkimas |
| 7 | Nuolatinė tiekėjo našumo stebėsena | Nuolatinis tiekėjo veiklos stebėjimas |
| 1 | Identifikuoti pagrindines tiekėjų vertinimo kategorijas | Tyrimo rengimas |
| 6 | Peržiūrėti vertinimo rezultatus ir priimti sprendimą dėl atrankos | Tiekėjo auditas ir pasirinkimas |
| 2 | Įvertinti kiekvieną vertinimo kategoriją | Tyrimo rengimas |
| 4 | Apibrėžti kategorijų ir alternatyvų vertinimo sistemą | Tyrimo rengimas |
| 3 | Nurodyti ir įvertinti alternatyvas | Tyrimo rengimas |

*17 užduotis.* UŽPILDYKITE PVM SĄSKAITĄ-FAKTŪRĄ.

***PVM sąskaita-faktūra***

**Serija SVE Nr. 365**

20XX m. lapkričio mėn. 09 d.

|  |  |
| --- | --- |
| **PARDAVĖJAS** | **PIRKĖJAS** |
| Įmonės pavadinimas UAB „Šventė“ | Įmonės pavadinimas UAB „Giedra“ |
| Įmonės kodas 765234 | Įmonės kodas 987123 |
| PVM mokėtojo kodas LT3276523412 | PVM mokėtojo kodas LT129871232 |
|  |  |
| Adresas: Tilžės g.303, Šiauliai | Adresas: Vilniaus g. 46, Šiauliai |
| Tel. 868764092 | Tel. 841525354 |
|  |  |
| **Banko sąskaita: LT127300010098767801** |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Pavadinimas** | **Mato vnt.** | **Kiekis** | **Kaina** | **Suma** |
| Pervežimo paslauga | Vnt. | 1 | 500,00 | 500,00 |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Apmokėti per 30 dienų. |  | Iš viso: | 500,00 |
|  |  | PVM 21 proc. | 105,00 |
|  |  | **Bendra suma:** | **605,00** |

|  |
| --- |
| Suma žodžiais: šeši šimtai penki eurai, 00 ct. |

Sąskaitą išrašė: „Šventė“ buhalterė Rima Jonaitienė *parašas*

Sąskaitą priėmė: UAB „Giedra“ vadybininkas Simas Petraitis *parašas*

*18 užduotis*. APSKAIČIUOKITE SUMAS, KURIŲ TRŪKSTA LENTELĖJE.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sąskaitos faktūros išrašymo data** | **Vienetai** | **Prekės vieneto kaina (EUR)** | **Suma (EUR)** | **Nuolaida (%)** | **Nuolaida (EUR)** | **Suma už prekes su nuolaida (EUR)** | **PVM mokesčio tarifas (%)** | **PVM mokesčio suma (EUR)** | **Bendra suma (EUR)** |
| 20XX-06-15 | 50 | 30,50 | 1525,00 | 15 | 228,75 | 1296,25 | 21 | 272,21 | 1568,46 |
| 20XX-07-20 | 105 | 10,00 | 1050,00 | Netaikyta | Netaikyta | 1050,00 | 21 | 220,50 | 1270,50 |
| 20XX-07-23 | 90 | 20,10 | 1809,00 | 10 | 180,90 | 1628,10 | 9 | 146,53 | 1774,63 |
| 20XX-07-30 | 350 | 5,00 | 1750,00 | Netaikyta | Netaikyta | 1750,00 | 21 | 367,50 | 2117,50 |
| 20XX-08-09 | 505 | 6,14 | 3100,70 | 10 | 310,07 | 2790,63 | 9 | 251,16 | 3041,79 |

*19 Užduotis.* IŠRAŠYKITE PREKIŲ (PASLAUGŲ) PIRKIMO-PARDAVIMO KVITĄ NR. 3512.

**PREKIŲ (PASLAUGŲ) PIRKIMO-PARDAVIMO KVITAS Nr. 0000000**

20\_\_\_m.\_\_\_\_\_\_\_\_\_mėn.\_\_\_\_d.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Eil.  Nr. | Prekės (paslaugos) pavadinimas | Kiekis | Kaina  (Eur, ct) | Suma  (Eur, ct) |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | Sąsiuvinis A4 | 5 | 10,00 | 50,00 |
| 2 | Skaičiavimo mašinėlė Casio | 10 | 30,00 | 300,00 |
| 3 | Stalinis laikrodis | 2 | 50,00 | 100,00 |
| 4 | Užrašų knygelė | 6 | 10,00 | 60,00 |
|  | Iš viso |  |  | 510,00 |

|  |  |
| --- | --- |
| Gyventojo, įsigijusio verslo liudijimą, arba prekių pardavėjo vardas/vardo pirmoji raidė, pavardė V. Pavardenis | Prekių (paslaugų) pirkėjo vardas/vardo pirmoji raidė, pavardė \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Verslo liudijimo Nr. Nr.AP5236941 | Asmens kodas \*\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| Asmens kodas \*30000009856 | Įmonės pavadinimas UAB „Sala“ |
|  | Įmonės kodas 358962456 |
| Parašas *parašas* |  |

\* Nurodoma pirkėjo (paslaugos gavėjo) pageidavimu.

1 egz. ─ prekių (paslaugų) pirkėjui.

2 egz. ─ prekių (paslaugų) pardavėjui.

*20 užduotis.*Į TRŪKSTAMAS SAKINIŲ VIETAS ĮRAŠYKITE PATEIKTUS ŽODŽIUS.

1. Ciklo atsargos reikalingos paklausai tenkinti, kai verslo situacija yra žinoma.

2. Atsargos kelyje – tai atsargų dalis, kuri ilgai iš toli esančių tiekėjų vežama užsakovui.

3. Saugiųjų atsargų paprastai laikoma daugiau nei ciklo atsargų.

4. Rizikos atsargos gali atsirasti, kai perkama daug dėl kiekio nuolaidų, prognozuojamojo kainų kylimų ar prekių trūkumo.

5. Sezoninės atsargos – tai atsargos sukauptos siekiant palaikyti stabilią prekybą.

6. Pasenusios atsargos – tai atsargos, kurios netinka prekybai ir nebepatenkina klientų poreikio.

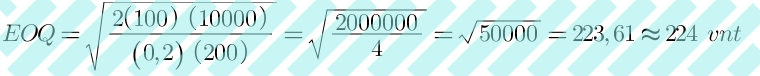
7. Atsargų paklausa retai būna pastovi, o papildymo laikas svyruoja dėl tiekėjų klaidų, transportavimo sutrikimų, gamybos problemų ir kitų priežasčių.

8. Grąžintų prekių tvarkymo procedūrų peržiūrėjimas padeda sumažinti atsargų lygį.

9. Atsargų apskaitos metodas FIFO – tai prekių kiekis apskaitoje, gautas anksčiausiai ir skiriamas parduoti, paliekant vėliau susidariusius prekių kiekius atsargoms.

10. Atsargų apskaitos metodas LIFO – tai prekių kiekių formuojamas iš vėliausiai gautų prekių, paliekant anksčiau gautas prekes atsargoms.

*21 užduotis.*PAGAL PATEIKTUS DUOMENIS APSKAIČIUOKITE EKONOMIŠKO UŽSAKYMO IŠ TIEKĖJŲ DYDĮ VIENETAIS PAGAL EOQ MODELĮ.



# *22 užduotis.* PAGAL PATEIKTUS DUOMENIS APSKAIČIUOKITE MAKSIMALŲ ATSARGŲ LYGĮ (Im).

# Im = 1000 + 100 (3 + 1) = 1400 vnt.

# *23 užduotis.* ATSAKYKITE Į PATEIKTUS KLAUSIMUS*.*

1. Kuo turi įsitikinti prekes priimantis asmuo prieš priimdamas prekes?

Prekes priimantis asmuo privalo įsitikinti, kad:

* + - buvo užtikrintas prekių siuntos saugumas jų gabenimo metu;
    - gauta visa prekių siunta;
    - tvarkinga tara (pakuotė);
    - laikytasi ženklinimo ir plombavimo reikalavimų (jeigu tai yra numatyta krovinių vežimo taisyklėse);
    - yra prekių lydimieji dokumentai (pirminis juridinę galią turintis buhalterinės apskaitos dokumentas, sertifikatas, kokybės pažymėjimas ir kt.).

2. Pagal ką priimamos prekės, jeigu numatoma perparduoti prekes, gautas su gamintojo pakuote ar tara, jos neatidarius?

Prekės priimamos pagal bruto svorį ar vienetus, nurodytus prekių lydimuosiuose, juridinę galią turinčiuose, dokumentuose.

3. Kaip turi elgtis prekes priimantis asmuo, jeigu nustato, kad priimamų prekių kiekis neatitinka kiekio nurodyto lydimuosiuose dokumentuose?

Prekes priimantis asmuo turi sustabdyti prekių priėmimą ir surašyti prekių priėmimo pagal kiekį aktą.

4. Į kokią įstaigą gali kreiptis prekes priimanti įmonė, jeigu priimant maisto prekes kyla klausimų dėl prekių kokybės ir su tuo nesutinka prekes parduodanti įmonė?

Prekes priimanti įmonė gali kreiptis į Valstybinę maisto ir veterinarijos tarnybą.

**Modulis „Prekių ir paslaugų pardavimas elektroninėje aplinkoje“**

*1 užduotis.*IŠ PATEIKTO SĄRAŠO PARINKITE TINKAMĄ FRAZĘ IR UŽBAIKITE SAKINĮ.

1. Kaina kaip kokybės ženklas

2. Pelnas ir išlaidų padengimas

3. Įsiskverbimo kaina

4. Dinaminės kainų strategijos

5. Prestižinių kainų nustatymas

6. Rinkos nugriebimas

7. Planinis pelno augimo užtikrinimas

8. Lyderiavimas

9. Segmentuota kaina

10. Reklaminės kainos

# *2 užduotis.* PAŽYMĖKITE TEISINGUS (T) IR KLAIDINGUS (K) TEIGINIUS.

# 1. K, 2. T, 3. T, 4. K, 5. T, 6. T, 7. T, 8. K, 9. T, 10. T, 11. K

# *3 užduotis.* IŠVARDINTUS VEIKSNIUS PRISKIRKITE PRIE TINKAMOS E. VARTOTOJŲ ELGSENĄ SKATINANČIŲ VEIKSNIŲ GRUPĖS.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
| B | C | A | C | C | B | A | A |

*4 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 |
| c | b | c | d | b | a | b | d | c | a | d | a | b | c | c | a | c | a |
| 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 | 34 | 35 |  |
| c | a | a | b | c | b | b | a | c | b | c | b | a | c | a | b | b |  |

*5 užduotis.* PAGAL PATEIKTUS PLANŲ APRAŠYMUS NURODYKITE, KOKIAM PLANO TIPUI JIS YRA BŪDINGAS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Plano tipo aprašymas** | **Plano tipas** |
| Planavimas apima ilgą laiko tarpą atliekamą veiklą, planavimo trukmė daugiau nei 5 metai. Kai kuriais atvejais planas gali tęstis kelis dešimtmečius. | Strateginis planas |
| Planas sudaromas norint pasiekti pagrindinius e. įmonės tikslus. Laiko trukmės atžvilgiu planas yra ilgalaikis planas. | Strateginis planas |
| Planas, kuris parodo, kaip bus įgyvendinamas strateginis planas kasdieninėje veikloje. | Operatyvinis planas |
| Planas, susijęs su žemesniojo lygmens vadovais, jie sudaromi vienerių ir trumpesniam laikotarpiui. | Operatyvinis planas |
| Planas apima laikotarpį nuo vienerių metų, jis apima veiklas iš strateginio plano, dažniausiai 1–5 metus. Vidutinės trukmės planavimas fokusuojamas į veiklą, kuri turi būti įvykdyta pokyčių turinčiame planavime. | Taktinis planas |

*6 užduotis.*IŠREITINGUOKITE PATEIKTAS TURINIO RINKODAROS PRIEMONES NUO (1) MAŽIAUSIAI EFEKTYVIOS IKI EFEKTYVIAUSIOS (7).

|  |  |
| --- | --- |
| **Turinio rinkodaros priemonė** | **Efektyvumo reitingas** |
| Tinklaraščiai | 6 |
| Tyrimų ataskaitos | 3 |
| Asmeniniai įvykiai (istorijos) | 7 |
| Turinys socialinėje žiniasklaidoje | 4 |
| Prekės ženklo turinio įrankiai | 2 |
| Atvejų studijos | 5 |
| Straipsniai savuose tinklalapiuose | 1 |

*7 užduotis.*PRIE PATEIKTŲ TEIGINIŲ PRISKIRKITE ATITINKAMĄ AR ATITINKAMUS PRISTATYMO BŪDUS.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| A, B, C, D, E | D | B | C, D | A | D | C, D | A, B, E | B, C, D, E | A, B, C, D |

*8 užduotis.*KURIE TEIGINIAI APIE PREKIŲ PARUOŠIMĄ SIUNTIMUI YRA TEISINGI (T), O KURIE NETEISINGI (N).

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| T | T | N | T | N | N | T | T | N | T | N | T |

# *9 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ, PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| a | c | b | a | a | c | a | b | a | b |

*10 užduotis.* PAGAL PATEIKTUS DUOMENIS ATSAKYKITE Į KLAUSIMUS IR APSKAIČIUOKITE REIKIAMAS SUMAS.

1. Pajamos – 3055,00 eur, įplaukos – 2000,00 eur, sąnaudos – 1909,00 eur, išlaidos – 2870,00 eur.

2. Pinigai sumažėjo – 870,00 eur. Pelnas – 1146,00 eur, pelno mokestis – 171,90 eur.

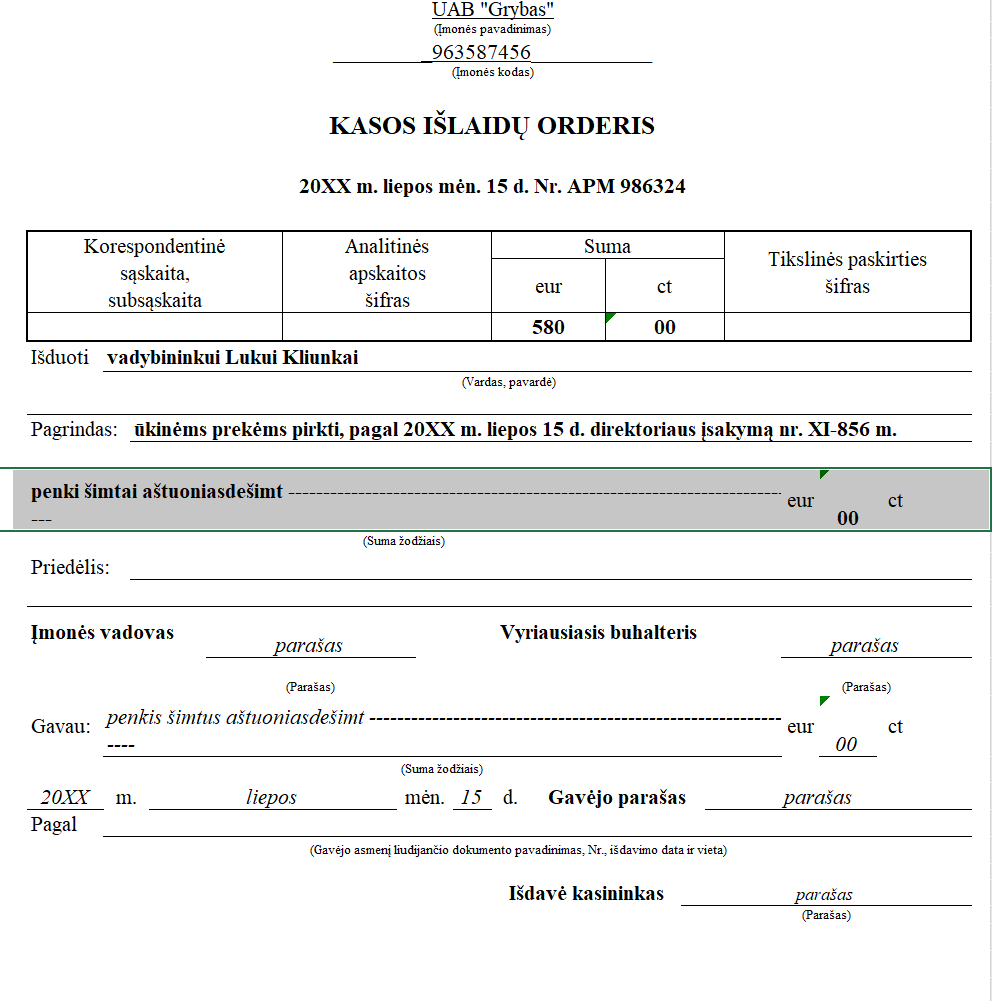
3. Verslininkas iš kiekvienos prekės uždirbo:

|  |  |
| --- | --- |
| **Prekė** | **Suma** |
| Grindų valiklis | 300,00 eur |
| Šluotos | 168,00 eur |
| Šluostės | 177,00 eur |
| Kibirai | 132,00 eur |
| Šepečiai | 204,00 eur |
| Grindų šluostė | 165,00 eur |

# *11 užduotis.* PAGAL PATEIKTUS DUOMENISUŽPILDYKITE KASOS PAJAMŲ ORDERĮ.

# 

# *12 užduotis.* PAGAL PATEIKTUS DUOMENISUŽPILDYKITE KASOS IŠLAIDŲ ORDERĮ.



*13 užduotis.* UŽPILDYKITE LENTELĘ APSKAIČIUODAMI REIKIAMAS SUMAS.

Prekių antkainis, kurį taiko įmonė yra 15 procentų.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Prekė** | **Kiekis (vnt.)** | **Vieneto kaina (eur)** | **Antkainio suma (eur) vienam vienetui** | **Vieneto kaina su antkainiu (eur)** | **Suma su antkainiu (eur)** | **PVM mokestis (21 %)** | **Pardavimo kaina (eur)** |
| 1 | Rašiklis | 10 | 5,40 | 0,81 | 6,21 | 62,10 | 13,04 | 75,14 |
| 2 | Pieštukas | 20 | 0,10 | 0,02 | 0,12 | 2,30 | 0,48 | 2,78 |
| 3 | Sąsiuvinis linijomis | 15 | 0,15 | 0,02 | 0,17 | 2,59 | 0,54 | 3,13 |
| 4 | Sąsiuvinis langeliais | 30 | 0,20 | 0,03 | 0,23 | 6,90 | 1,45 | 8,35 |
| 5 | Piešimo sąsiuvinis | 8 | 1,50 | 0,23 | 1,73 | 13,80 | 2,90 | 16,70 |
| 6 | Užrašų knygelė | 12 | 2,35 | 0,35 | 2,70 | 32,43 | 6,81 | 39,24 |
| 7 | Stalinis kalendorius | 10 | 1,80 | 0,27 | 2,07 | 20,70 | 4,35 | 25,05 |
| 8 | Liniuotė | 10 | 0,50 | 0,08 | 0,58 | 5,75 | 1,21 | 6,96 |
| 9 | Spalvoti pieštukai | 15 | 1,35 | 0,20 | 1,55 | 23,29 | 4,89 | 28,18 |
| 10 | Žymeklis | 20 | 0,99 | 0,15 | 1,14 | 22,77 | 4,78 | 27,55 |
|  | Iš viso: | - | - | - | - | 192,63 | 40,45 | 233,08 |

*14 užduotis.* LENTELĖJE NURODYTOS PREKYBINĖS NUOLAIDOS. APSKAIČIUOKITE REIKIAMAS LENTELĖS SUMAS.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Eil.**  **Nr.** | **Prekė** | **Vieneto kaina (eur)** | **Prekybinė nuolaida 5 % (eur)** | **Vieneto kaina (eur) su nuolaida** |
| 1 | Rašiklis | 1,20 | 0,06 | 1,14 |
| 2 | Pieštukas | 0,10 | 0,01 | 0,09 |
| 3 | Sąsiuvinis linijomis | 0,20 | 0,01 | 0,19 |
| 4 | Sąsiuvinis langeliais | 0,15 | 0,01 | 0,14 |
| 5 | Piešimo sąsiuvinis | 2,30 | 0,12 | 2,18 |
| 6 | Užrašų knygelė | 5,41 | 0,27 | 5,14 |
| 7 | Stalinis kalendorius | 4,30 | 0,22 | 4,08 |
| 8 | Liniuotė | 0,23 | 0,01 | 0,22 |
| 9 | Spalvoti pieštukai | 2,35 | 0,12 | 2,23 |
| 10 | Žymeklis | 0,80 | 0,04 | 0,76 |

*15 užduotis.*IŠ PATEIKTŲ TEIGINIŲ SĄRAŠO IŠRINKITE TUOS, KURIE APIBŪDINA E. PREKYBOS STRUKTŪRINES DALIS**.**

a, b, c, e, f, g, i, j, l

*16 užduotis.*UŽBAIKITE SU TIPINIŲ E. PREKYBOS PLATFORMŲ ADMINISTRAVIMU SUSIJUSIAS SITUACIJAS**.**

# 1. Per e. prekybos platformos administracinės panelės skirtuką „Administracija“ koreguojate sritį „Darbuotojai“. Pridėti darbuotoją – darbuotojo duomenų suvedimas – leidimų suteikimas – prisijungimo duomenų perdavimas naujam darbuotojui.

# 2. Per e. prekybos platformos administracinės panelės skirtuką „Moduliai“ ar „Įskiepiai“ susirandate Analitikos ar statistikos modulį ar įskiepį ir pagal norimą sritį peržiūrite asortimento parametrus (likutis, perkamiausios, neperkamiausios, pilnai sutvarkytos ir pan.)

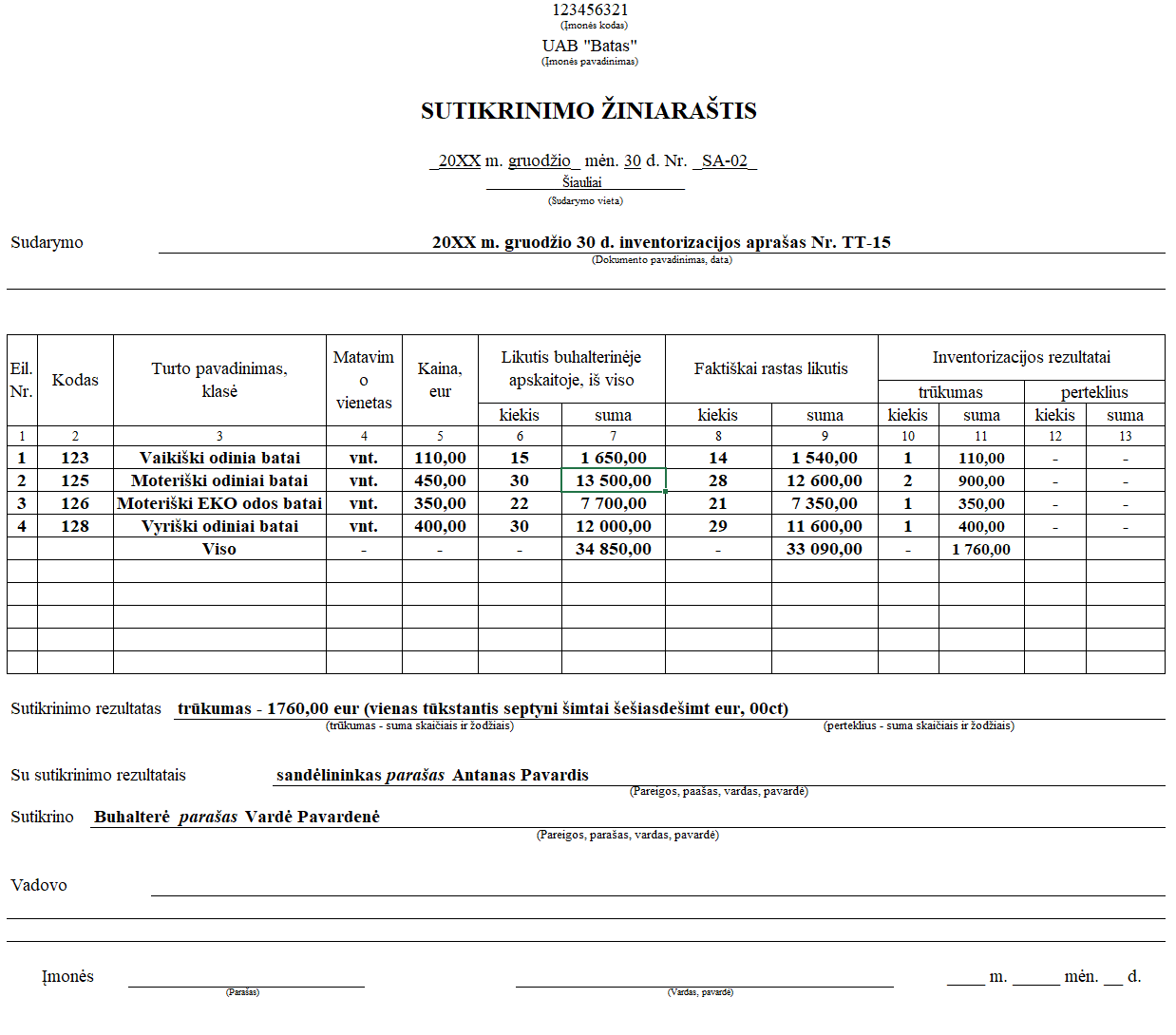
# 3. Per e. prekybos platformos administracinės panelės skirtuką „Katalogas“ – „Prekės“ pasirenkate norimą keisti e. prekės ar paslaugos turinį, spaudžiate „Redaguoti“ – išsirenkate e. prekės ar paslaugos vizualinio turinio elementą ir jį koreguojate.

# 4. Visų pirmą pagal savo turimos e. prekybos platformos versiją įsigyjate ar atsisiunčiate modulio .zip ar .rar formato failą į savo kompiuterį. Keliaujate iki e. prekybos platformos panelės skirtuko „Moduliai“ – „Pridėti modulį“ – įkeliamas anksčiau atsisiųstas failas – „įkelti modulį“

# 5. Per e. prekybos platformos administracinės panelės skirtuką „Klientai“ – „Klientų aptarnavimas“. Pasirenkamas klientas, su kuriuo norima komunikuoti ir vykdomas susirašinėjimas per e. platformą ar pasinaudojus matomais kontaktais komunikuojama kitomis priemonėmis ar būdais.

# 6. Visais įmanomais būdais ir kuo skubiau bandote klaidas ištaisyti, taisant jas naudojate profilaktikos rėžimą. Per e. prekybos platformos skirtuką „Nustatymai“ – „Priežiūra“

*17 užduotis.* UŽPILDYKITE SUTIKRINIMO ŽINIARAŠTĮ.



**Modulis „Elektroninė komunikacija su vartotoju“**

*1 užduotis.*PASITIKRINKITE, AR TEISINGAI SUPRANTATE PATEIKTAS SĄVOKAS. IŠ SĄRAŠO PARINKITE IR ĮRAŠYKITE TRŪKSTAMUS ŽODŽIUS.

1. keitimasis informacija
2. elgesio taisyklių
3. etikos klausimus
4. taisyklių
5. vyksta internetu
6. informacijos
7. gauti žinutes
8. yra informacija
9. vartotojas / pirkėjas

10. aktyvumą

11. suskirstymas

12. tam tikrą požymį

1. konkrečias problemas
2. priešingų nuomonių, tikslų
3. naudingi
4. pardavėjo bendravimas

*2 užduotis.* ATRINKITE VEIKSNIUS, GALINČIUS IŠKREIPTI INFORMACIJĄ, IR PAŽYMĖKITE ATITINKAMAME LENTELĖS STULPELYJE.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nedėmesingumo veiksniai | Atsakymai | |
| Vidiniai klausymosi barjerai | Išoriniai klausymosi barjerai |
| Išankstinis nusistatymas | X |  |
| Transporto, elektros prietaisų keliamas triukšmas |  | X |
| Kalbančiojo kalbos kultūra, individualios ypatybės |  | X |
| Neįdomu | X |  |
| Savi apmąstymai | X |  |
| Bloga akustika |  | X |
| Neigiamos emocijos | X |  |
| Nuovargis | X |  |
| Telefono skambučiai |  | X |

*3 užduotis.*UŽPILDYKITE LENTELĘ ĮRAŠYDAMI TINKAMAS Į POKALBĮ ĮTERPTAS FRAZES.

|  |  |
| --- | --- |
| Reflektyvaus klausymosi stiliai | Atsakymų formuluotės (frazės) |
|
| Pasitikslinimas | Gal galėtumėte patikslinti, kaip jūs suprantate...Ar teisingai supratau, kad...Gal galėtumėte apie tai papasakoti plačiau?Norite pasakyti, kad..? |
| Perfrazavimas | Man atrodo, jūs pasakėte, kad...Kaip aš supratau, problema yra tame, jog... |
| Apibendrinimas | Taigi, problemos esmė yra...Aptarėme šiuos faktus bei...Reziumuodamas galiu pasakyti, kad... |

*4 užduotis.*PAŽYMĖKITE, AR PATEIKTI TEIGINIAI APIE DALYKINIO ELEKTRONINIO LAIŠKO RAŠYMO REIKALAVIMUS YRA TEISINGI AR KLAIDINGI. ATSAKYMUS PAGRĮSKITE.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Teiginys | **Teisingas – „T“** Klaidingas – „K“ | Argumentai |
| Privaloma nurodyti laiško temą (antraštę), kad gavėjas iš anksto žinotų informaciją apie laiško turinį. | T | Antraštė padeda grupuoti korespondenciją, lengviau surasti laišką. Svarbu, kad ji būtų informatyvi ir aiški. |
| Laiško pradžioje nebūtina pasisveikinti. | K | Laiškas visada pradedamas pasisveikinimu ir kreipiniu arba tik pasisveikinimu. |
| Laiško tekstas nestruktūruotas, informacijos pateikiama kuo daugiau, naudojami trumpiniai, pasidalinama pastebėjimais, papildoma šypsenėlėmis ir jaustukais. | K | Laiško tekstas turi būti struktūruotas (pastraipose perteikiama atskira mintis), pristatyti išsamiai išdėstytas mintis ir norimus rezultatus. |
| Kiekvienas laiškas turėtų būti rašomas pagal raštvedybos reikalavimus. | T | Paliekamos atitinkamos paraštės, rašoma taisyklinga lietuvių kalba (lietuviškomis raidėmis) su visais skyrybos ženklais. |
| Laiško pabaiga nėra svarbi, svarbiausia nepamiršti prierašo, jog laukiamas atsakymas. | K | Laišką mandagu užbaigti pabaigos formule:,,Su pagarba“ arba,,Pagarbiai“. Atsisveikinant galima palinkėti geros dienos, bet tai nėra būtina. |
| Laišką privalu pasirašyti. | T | Darbuotojo elektroninio pašto parašą sudaro: vardas, pavardė, pareigos, darbovietė, adresas, telefonas, faksas, interneto svetainės adresas. |
| Laiškas prieš išsiunčiant – perskaitomas, išanalizuojamas. | T | Paliktos klaidos, padrikas turinys gali būti įvertinta kaip neraštingumas, skubėjimas ar nepagarba. |

*5 užduotis.*TRUMPAI APIBŪDINKITE KONFLIKTO SPRENDIMO STRATEGIJAS.

Varžymosi (rungtyniavimo) strategija. Stengiamasi patenkinti savus interesus, kitai pusei primetamas sau palankus sprendimas. Ši strategija retai kada atneša ilgalaikius rezultatus.

Prisitaikymo strategija. Priimama oponento pozicija, savi interesai neginami. Siekiant bet kokia kaina palaikyti gerus santykius su oponentu, nuneigiamas konflikto egzistavimas.

Kompromiso strategija. Tai abipusės nuolaidos. Tačiau, jei kompromiso buvo griebtasi iš kart, gerai neišanalizavus kitų galimų sprendimų, tai gali būti toli gražu ne pats optimaliausias konflikto sprendimo variantas.

Bendradarbiavimo strategija. Aktyviai dalyvaujama sprendžiant konfliktą, ginami savi interesai, bet atsižvelgiama ir į oponento pageidavimus ir randamas abi puses tenkinantis sprendimas.

*6 užduotis.* PAŽYMĖKITETEISINGUS ATSAKYMUS +, NETEISINGUS –. IŠTAISYKITE TEISINGAIS.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kaip turėtume elgtis konfliktinėje situacijoje, kokių psichologinių rekomendacijų laikytis, užėmę trečiojo asmens – tarpininko poziciją?** | **Teisingi atsakymai** | **Ištaisyta** |
| Skatinti abiejų pusių lankstumą, atkreipti konfliktuojančių dėmesį į jų požiūrius. | + |  |
| Duoti kuo daugiau patarimų, ką konflikto dalyviai turėtų daryti, ar nurodyti konkrečius veiksmus. | – | Niekada neduoti patarimų, ką konflikto dalyviai turėtų daryti, nebent pateikti alternatyvius siūlymus. |
| Pasirinkti kurią pusę palaikyti ir vertinti konfliktuojančių elgesį, sprendimus. | – | Nepulti palaikyti vienos kurios nors pusės, tarpininko vaidmuo, ne vertinti, o tik atspindėti situaciją. |
| Įsikišti ir priimti galutinį sprendimą, kai konfliktuojančių pusių sprendimai atrodo neprotingi. | – | Nesikišti, net jei konfliktuojančių pusių sprendimai atrodo ir neprotingi, jie turi elgtis taip, kaip nori patys. |
| Paprašyti, kad savo požiūrį abi pusės pateiktų kaip savo nuomonę, o ne kaip neginčijamus faktus. | + |  |
| Jei kuris iš konfliktuojančių pareiškia, ko jis nenori, pertraukti ir perklausti, o ko jis norėtų. | + |  |
| Kontroliuoti konfliktuojančių emocijas, padėti jas išsakyti žodžiais. | + |  |
| Pasistengti atskleisti konflikto dalyvių nesugebėjimą įsijausti į kito padėtį. | + |  |
| Nuolat priminti, kad dėl kai ko jau pasiektas susitarimas, paskatinti veikti paklausiant: „Ką jūs galvojate daryti toliau?“ | + |  |
| Nereaguoti į konfliktuojančių kategoriškus tvirtinimus, leisti išsikalbėti. | – | Reaguoti į kategoriškus tvirtinimus, tokius kaip: niekada, ne mano ir pan. |
| Paprašyti priešininkų susitapatinti požiūriais, rasti bendras vertybes. | – | Pripažinti ir priimti kaip faktą abiejų pusių vertybių, stilių, požiūrių skirtumus. |
| Būti situacijos „gelbėtoju“, įsitraukti į problemos išaiškinimą kiek įmanoma labiau, rasti sprendimą. | – | Niekada nevaidinti „gelbėtojo”. Būtina išlaikyti pusiausvyrą tarp abejingumo ir perdėto įsitraukimo į kitų problemas, nesutarimus. |

*7 užduotis.* SUSIEKITE KONFLIKTIŠKŲ ASMENYBIŲ TIPĄ SU JO APRAŠYMU.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| E | D | B | C | A |

*8 užduotis.* ĮRAŠYKITE KONFLIKTO EIGOS ETAPUS EILIŠKUMO TVARKA.

*9 užduotis.* IŠ ŽODŽIŲ SĄRAŠO IŠRINKITE ŽODŽIUS, SUSIJUSIUS SU E. PREKYBA IR JUOS IŠVERSKITE Į LIETUVIŲ KALBĄ. PARAŠYKITE SU KIEKVIENU JŲ SAVO SUKURTUS SAKINIUS.

B2B – verslas verslui

B2C – verslas klientui

Bank card – banko kortelė

Drop-Ship – **pardavėjas nesandėliuoja produktų, o parduoda ir siunčia prekę klientui tiesiai iš gamintojo arba tiekėjo.**

FAQ arba Frequently Asked Questions – DUK arba dažniausiai užduodami klausimai

M-Commerce – mobilioji prekyba

Online – internetas

Order tracking – užsakymo sekimas

Privacy policy – privatumo politika, privatumo taisyklės

Return policy – (prekės) grąžinimo politika

Invoice – sąskaita-faktūra

*10 užduotis.* PAŽIŪRĖJĘ Į PRODUKTO ETIKETES UŽSIENIO KALBA, NUSTATYKITE, KOKS TAI PRODUKTAS.

a) a vacuum cleaner – dulkių siurblys, b) a mayonnaise – majonezo buteliukas, c) a washing machine – skalbimo mašina, d) a smartphone – išmanusis telefonas, e) a coffee machine/maker – kavos aparatas, f) soap – muilas, g) a lemonade – limonadas, h) painkillers – vaistai nuo skausmo

*11 užduotis.* IŠDĖSTYKITE DIALOGO FRAZES EILĖS TVARKA.

1. *Customer*: Hello, could you please give me more information on one item?

2. *Consultant*: Yes, sure. What item and what would you like to know?

3. *Customer*: I cannot choose whether to buy a white microwave or a red one.

4. *Consultant*: Well… first of all, please, tell me which colour do you prefer?

5. *Customer*: I love black, but I do not want a black microwave.

6. *Consultant:* How often are you going to use it?

7. *Customer*: I believe a few times a week.

8. *Consultant*: Maybe the colour is not so important, but you should choose which properties you prefer. For example, do you prefer a touch screen? Would you like your microwave bigger or smaller?

9. *Customer*: I love the touch screen, I don’t need a big one, and I have made my mind, I want a white one.

10. *Consultant*: Great. Is there anything else I could assist you on?

11. *Customer:* No, thank you. You already helped me. Thank you.

12. *Consultant:* You are welcome.

*12 užduotis. PAŽYMĖKITE + TAISYKLINGĄ (AR KELIS TAISYKLINGUS!) SAKINĮ.*

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Eil. Nr.** | **Sakinys** | **Atsakymas** |
| 1. | a) Reikia viską padaryti, kad pritraukti daugiau klientų. |  |
| b) Reikia viską padaryti, kad pritrauktume daugiau klientų. | + |
| c) Reikia viską padaryti, norint pritraukti daugiau klientų. | + |
| 2. | a) Paduok, prašau man telefono kroviklį. | + |
| b) Prašau, paduok man telefono pakrovėją. |  |
| c) Prašau, paduok man telefono įkroviklį. | + |
| 3. | a) Jie atstovaus įmonę. |  |
| b) Jie atstovaus įmonei. | + |
| 4. | a) Daugiau dėmesio reikia kreipti įmonės reklamai. |  |
| b) Daugiau dėmesio reikia kreipti į įmonės reklamą. | + |
| c) Daugiau dėmesio reikia skirti į įmonės reklamą. |  |
| 5 . | a) Po ilgų diskusijų pagaliau priėjome prie bendros nuomonės. | + |
| b) Po ilgų diskusijų pagaliau priėjome bendros nuomonės. |  |
| c) Po ilgų diskusijų pagaliau priėjome bendrą nuomonę. | + |
| 6. | a) Akcijų pardavimas vieninga kaina. |  |
| b) Reikėtų tartis dėl vieningos mokesčių sistemos. |  |
| c) Geros įmonės komanda – vieninga. | + |
| 7. | a) Pažiūrėkite, ar nepažeistas maisto prekių įpakavimas. |  |
| b) Prekės įpakavimas apsiuvant audeklu kainuoja 3 eurus. | + |
| c) Ne visų šokoladų įpakavimas gaminamas užsienyje. |  |
| 8. | a) Klientų, atrodo, randasi, vis daugiau. | + |
| b) Dabar kurjeris randasiVilniaus gatvėje. |  |
| c) Kur randasi jūsų įmonė? |  |
| 9. | a) Sekantis etapas – prekės pakavimas ir perdavimas kurjeriui. |  |
| b) Nieko nesuvokiantis apie verslą, sekantis beviltiškas pasakas žmogus sulaukė pritarimo. | + |
| c) Mūsų bendrovė, sekanti užsienio įmonės pavyzdžiu, pasiekė didelių laimėjimų. | + |
| 10. | a) Kalbėdami apie atostogas mes daug ką prisiplanuojame. | + |
| b) Kalbant apie atostogas mes daug ką prisiplanuojame. |  |
| c) Kalbant apie atostogas daug kas priplanuojama. | + |

*13 užduotis.* IŠTAISYKITE NETAISYKLINGUS SAKINIUS.

1. Plečiamas e. parduotuvių tinklas.
2. Šiuo metu tai aktualiausias klausimas.
3. Laidai jungiami skirstytuvo dėžutėje.
4. Reikėtų pasiderėti dėl didesnės nuolaidos.
5. Parduotuvė atidaroma 10 val.
6. Apskaičiavę pelną, nustebome savo uždarbiu.
7. Ši prekė buvo parduota dviem tūkstančiams trims šimtams dvidešimt penkiems pirkėjams.
8. Kad nesužlugdytume (Norėdami nesužlugdyti) savo verslo, turime reaguoti į klientų pageidavimus.
9. Konferencijoje dalyvavo daugiau nei (daugiau kaip) šimtas žmonių.
10. Jūsų užsakymą atliksime per tris dienas.
11. Individualios įmonės savininkės veikla atitinka aukščiau nurodytas sąlygas.
12. Nuostolis įvertintas šimtu eurų.
13. Darbdavys pakvietė į pokalbį penkis pretendentus.
14. Geras e. pardavėjas-konsultantas gerai moka dvi užsienio kalbas.
15. Mūsų prekės parduodamos vienetais.

*14 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. | 9. | 10. | 11. | 12. | 13. | 14. |
| b | b | a | c | b | a | b | b | b | b | a | c | a | C |
| 15. | 16. | 17. | 18. | 19. | 20. | 21. | 22. | 23. | 24. | 25. | 26. | 27. | 28. |
| b | a | c | c | a | a | d | b | b | b | b | a | c | B |
| 29. | 30. | 31. | 32. | 33. | 34. | 35. | 36. | 37. | 38. | 39. | 40. | 41. | 42. |
| c | a | b | c | c | b | c | a | b | b | a | c | c | c |
| 43. | 44. | 45. | 46. | 47. | 48. | 49. |  |  |  |  |  |  |  |
| A | b | a | b | a | b | a |  |  |  |  |  |  |  |

*15 užduotis.* SUSIPAŽINKITE SU LENTELĖJE PATEIKTOMIS VERSLO ETIKOS PROBLEMŲ GRUPĖMIS IR ĮRAŠYKITE KOKIA TAI PROBLEMA.

1. Apgavystė, 2. Korupcija, 3. Piktnaudžiavimas, 4. Interesų konfliktas, 5. Seksualinis priekabiavimas

*16 užduotis.* PAŽYMĖKITE, KURIE TEIGINIAI TEISINGI, O KURIE – NE.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| ne | taip | taip | ne | taip | taip | ne | Taip | ne | ne |

*17 užduotis.* LENTELĖJE ĮRAŠYKITE DALYKINIO BENDRAVIMO TIKSLĄ PAGAL PATEIKTĄ RŪŠĮ.

|  |  |
| --- | --- |
| **Dalykinio bendravimo rūšis** | **Dalykinio bendravimo tikslas** |
| Informuoti | Tai informacijai perduoti tam tikram gavėjui ar verslo partneriui. |
| Išsiaiškinti | Tai gauti papildomos informacijos apie prekes, paslaugas ir kt. |
| Įtikinti | Tai bendravimu, kontaktais paveikti žmones, pakeisti jų elgesį ar požiūrį. |

*18 užduotis.* ĮRAŠYKITE KAIRĖJE LENTELĖS DALYJE VERBALINES INFORMACIJOS PERDAVIMO PRIEMONES, DEŠINĖJE – NEVERBALINES.

|  |  |
| --- | --- |
| **Informacijos perdavimo priemonės** | |
| **Verbalinės** | **Neverbalinės** |
| Žodžiai, tonas, akcentai, artikuliacija, greitis. | Gestai, mimika, akių kontaktas, kūno laikysena ir judesiai, lietimas, eisena, tarpasmeninė erdvė. |

*19 užduotis*. UŽPILDYKITE LENTELĘ NURODYDAMI BENDRAVIMO ETIKETO ELEMENTŲ ESMĘ.

|  |  |
| --- | --- |
| **Bendravimo etiketo elementai** | **Apibūdinimas** |
| Mandagumas | Tai mokėjimas pasisveikinti, atsisveikinti, reikiamu laiku pasakyti „prašau“, „atsiprašau“, pagarbiai kreiptis, padėkoti už pagalbą, palinkėti labos nakties, gero ryto ir t. t. |
| Kalbos kultūra | Tai ne tik nepriekaištingas gramatikos ir stilistikos mokėjimas, bet ir vulgarių žodžių, necenzūrinių posakių vengimas. |
| Išvaizda, apranga | Tvarkinga išvaizda, tinkama apranga palieka gera įspūdį. Rūpestingai parinktas, atitinkantis aplinkybes drabužis rodo asmenį esant tvarkingą, gerbiantį save ir kitus, leidžia jam pačiam gerai jaustis aplinkoje. |

*20 užduotis.* POKALBĮ PALAIKYTI PADEDA TINKAMO KLAUSIMO PARINKIMAS, APIBŪDINKITE ŠIAS KLAUSIMŲ GRUPES:

a) uždari klausimai – klausimai, į kuriuos laukiama atsakymų „Taip“ arba „Ne“. Jie sukelia įtampą, nes apriboja manevrų laisvę. Tačiau uždari klausimai tinka, kai norime paspartinti patvirtinimą ilgokai svarstytu klausimu. Skirti sprendimui priimti.

b) atviri klausimai – tai klausimai, reikalaujantys kokio nors paaiškinimo. Jais pašnekovas turi galimybę spręsti, kokią informaciją pateikti, išdėstyti savo nuomonę.

c) retoriniai klausimai – klausimai, kurie pagilina problemos analizę. Jų tikslas – ne konkretus atsakymas, o siekimas palaikyti poziciją. Formuluojami trumpai, suprantamai.

d) persilaužimo klausimai – klausimai, kuriais palaikoma reikiama pokalbio kryptis. Jais siekiama patikslinti pašnekovo poziciją. Dominuojant pašnekovui, svariai argumentuojant pakreipiamas pokalbis savo naudai.

e) klausimai apmąstymui – klausimų tikslas yra sukurti savitarpio supratimo atmosferą, kas kartais įgalina pasiekti gerų tarpinių rezultatų. Tokiais klausimais pašnekovas maksimaliai aktyvinamas. Tačiau būtina pradėti klausinėti „atsistojus“ į pašnekovo vietą, apgalvojus, kas gali jį sudominti, su kuo jis sutiktų ir ko – atsisakytų.

*21 užduotis*. PABRAUKITE TAI, KAS PADEDA KALBĄ PADARYTI AIŠKESNĘ.

|  |
| --- |
| Konkretūs žodžiai Sudėtingi terminai Dviprasmybių vengimas Gausus žodynas  Komiškos istorijos Įtaigūs posakiai Tikslumas Asmeninės savybės  Pašnekovo atstovaujamos kultūros paisymas Savęs atskleidimas Implicitiniai pranešimai  Kalbos tempo kaitaliojimas Gestų įvedimas Emocijų kombinacijos Sinonimai |

*22 užduotis.* SUGRUPUOKITE SIUNČIAMOS IR GAUNAMOS E. KORESPONDENCIJOS PAGRINDINIUS IR PAPILDOMUS REKVIZITUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Pagrindiniai rekvizitai** | **Papildomi rekvizitai** |
| Prekių ženklas | Dokumento tvirtinimo žyma |
| dokumento sudarytojo pavadinimas | specialioji žyma |
| įstaigos duomenys | priedo žyma |
| adresatas | gauto dokumento registracijos žyma |
| dokumento pavadinimas | gauto dokumento nuoroda |
| dokumento data | rezoliucija |
| dokumento registracijos numeris | dokumento suderinimo žyma |
| dokumento sudarymo vieta | viza |
| dokumento tekstas | supažindinimo žyma |
| parašas | dokumento rengėjo nuoroda |
|  | dokumento paieškos nuoroda |
|  | tikrumo žyma |

# *23 užduotis.* SUGRUPUOKITE ASMENINIAME PARDAVIME TAIKOMUS SOCIALINIO ĮTIKINIMO BŪDUS.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| B | C | A | C | B | B | A | A | C | C |

*24 užduotis.*KIEKVIENAM VARTOTOJŲ SPRENDIMO PIRKTI PRIĖMIMO PROCESO ETAPUI PRISKIRKITE TINKAMAS RINKODAROS PROBLEMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| A | B | C | D | E | F | G | H | I | J |
| 2 | 1 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 1 | 3 |

*25 užduotis.*KIEKVIENAM TEIGINIUI PRISKIRKITE TEISINGĄ E. KLIENTŲ TIPĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| a | b | c | d | e | f | g | h |
| 2 | 4 | 1 | 4 | 2 | 3 | 3 | 1 |

*26 užduotis.*UŽBAIKITE SAKINIUS SUSIJUSIUS SU E. KIENTŲ PROFILIŲ GRUPĖMIS.

1. labai trumpas

2. palankių sandorių

3. visų sandorių e. rinkose

4. pokalbių puslapiais, e. paštu

5. tuos pačius e. puslapius

6. interaktyviu turiniu

7. 15 sekundžių

8. specifinę informaciją

9. tikslui pasiekti ar įsigyti daiktą

10. naujienomis, žaidimais, telekomunikacijos ir pramogos

*27 užduotis.*PAGAL DUOTAS REIKŠMES APSKAIČIUOKITE SEO NAUDOJIMUI GERIAUSIAI TINKAMĄ RAKTAŽODĮ.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sugalvoti raktiniai žodžiai** | ***(R- relevence)* Atitikimas turiniui (1,2,3)** | ***Sv-Search Volume* Paieškos kiekis per mėnesį** | ***C-Competition* Konkurencingumas** | **KEI (Raktinio žodžio gerumas)** |
| bio produkcija | 2 | 1000 | 2020000 | **0,33** |
| sportas | 3 | 100000 | 30300000 | **110,01** |
| priemonės buičiai | 2 | 10 | 25600 | **0,00** |
| burnos higiena | 3 | 10000 | 608000 | **54,82** |
| odos priežiūra | 3 | 1000 | 6520000 | **0,05** |
| plaukų priežiūra | 2 | 1000 | 1550 | **430,11** |

*28 užduotis.*PRIE KIEKVIENO TEIGINIO PRISKIRKITE TINKAMĄ INTERNETINĖS REKLAMOS PRIEMONĘ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| a | b | c | d | e | f | g | h |
| 2 | 5 | 3 | 2 | 1 | 5 | 1 | 4 |

*29 užduotis.*TRADICINES IR INTERNETINESREKLAMOS PRIEMONES SUKLASIFIKUOKITE „LINIJOS“ ATŽVILGIU (PAGAL LĖŠŲ SKYRIMĄ REKLAMAI).

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| C | B | C | A | A | B | C | A | A | A |

*30 užduotis.*SUSKIRSTYKITE TEIGINIUS PAGAL PARDAVIMO VEIKSMŲ IR REKLAMOS POVEIKĮ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| D | C | B | D | A | D | C | B | A | D |

*31 užduotis.* SUDĖLIOKITE REKLAMOS KAMPANIJOS KŪRIMO EIGOS ETAPUS IŠ EILĖS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Reklamos kampanijos kūrimo etapai** | **Eiliškumas** |
| Nustatyti pagrindinius pažadus | 6 |
| Nustatyti kūrybinius tikslus | 2 |
| Išryškinti pagrindinę problemą | 5 |
| Nustatyti palaikymo taškus | 7 |
| Apibūdinti tikslinę auditoriją | 3 |
| Apibrėžti tikslą | 1 |
| Atlikti prievolių ir reikalavimų analizę | 10 |
| Pabrėžti raginimą veikti | 8 |
| Nustatyti norimo rezultato kliūtis | 4 |
| Nurodyti kūrybinius aspektus | 9 |

*32 užduotis.* PRIE SOCIALINĖS MEDIJOS TURINIO SAVYBIŲ PRISKIRKITE (+) ATITINKAMĄ TURINIO PRIGIMTĮ.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Socialinės medijos savybės** | **Vartotojų kurtas turinys** | **Prekės ženklo turinys** |
| Didelis pasitikėjimas | **+** |  |
| Trūksta originalumo |  | **+** |
| Didesnis dažnis ir greičiau | **+** |  |
| Trūksta originalumo |  | **+** |
| Didelis įsitraukimas | **+** |  |
| Didelis organinis pasiekiamumas | **+** |  |
| Mažas organinis pasiekiamumas |  | **+** |
| Didelės investicijos (+distribucija) |  | **+** |
| Šaltinis: autoriaus nuotrauka | **+** |  |
| Šaltinis: autoriaus nuotrauka |  | **+** |
| Nuomonės formuotojų („influencerių“) veikla | **+** |  |

*33 užduotis.* NURODYKITE, KOKIOS SAVYBĖS PRISKIRIAMOS UTILITARINĖMS IR KOKIOS ESTETINĖMS NE MAISTO PREKIŲ VARTOJAMOSIOMS SAVYBĖMS.

Ekonominės savybės Utilitarinės

Ergonominės savybės Utilitarinės

Funkcinės savybės Utilitarinės

Stiliaus kryptingumas Estetinės

Pataisomumas Utilitarinės

Spalva Estetinės

Forma Estetinės

Higieniškumas Utilitarinės

Ergonomiškumas Utilitarinės

Mada Estetinės

Patikimumas Utilitarinės

Raštas Estetinės

Nesutrinkamumas Utilitarinės

Stilius Estetinės

*34 užduotis* PATEIKTUS APRAŠYMUS PRISKIRKITE NE MAISTO PREKIŲ KOKYBĖS VEIKSNIAMS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Kokybės veiksnio aprašymas** | **Kokybės veiksnys** |
| Patalpose nepageidautini sieros junginiai (sieros vandenilis, sieros oksidai), kitos chemiškai aktyvios medžiagos, kurios, reaguodamos su prekėmis, gadina jas. | Laikymo sąlygos |
| Kraunant ne maisto prekes vertikaliai, sunkesnius daiktus reikia dėti apačioje, lengvesnius viršuje. | Laikymo sąlygos |
| Ne maisto prekių pakuotės tikslas – išsaugoti ne maisto prekių savybes. | Pakavimo medžiagų kokybė |
| Visa ženklinimo informacija turi būti pateikiama gerai matomoje vietoje, kad ją būtų lengva įžiūrėti, perskaityti . | Ženklinimo reikalavimai |
| Pervežant kiekvieną ne maisto prekę, sudaromos tokios sąlygos, kurios pašalintų arba iki minimumo sumažintų poveikius, turinčius neigiamos įtakos prekių saugumui ir kokybei. | Transportavimo sąlygos |
| Ne maisto prekių žaliavos turi būti kokybiškos. | Žaliavų kokybė |
| Ne maisto prekės, turi būti gaminamos laikantis visų gamybai keliamų reikalavimų, sąlygų. | Ne maisto prekių gamybos proceso kokybė |

*35 užduotis.* ĮRAŠYKITE PRALEISTUS ŽODŽIUS.

1. Artikulu vadinamas skaitmeninis raidinis žymėjimas, kuriuo dokumentuose nurodomos svarbiausios ne maisto prekių savybės.

2. Standartas – sutarimu parengtas ir pripažintas standartizacijos institucijos priimtas dokumentas, kuris nustato bendram ir daugkartiniam naudojimui tinkančias taisykles, bendruosius principus ir yra skirtas optimaliai tvarkai tam tikroje srityje palaikyti.

3. Sertifikavimas – tai procedūra, kuria sertifikavimo įstaiga, nepriklausanti nei nuo produkto gamintojo ar tiekėjo, nei nuo vartotojo (pirkėjo), patvirtina, kad produktas, procesas ar paslauga atitinka nustatytus reikalavimus.

4. Sertifikavimas gali būti savanoriškas arba jį reglamentuoja atitinkami teisės aktai.

5. Pakuotė – tara ar pakavimo medžiaga, kurioje gaminys parduodamas kaip atskira prekė.

6. Ženklinimo rekvizitai – prekės ženklinimą reglamentuojančiuose teisės aktuose nustatyta vartotojui skirta informacija, kurią reikalaujama pateikti ženklinant prekes.

7. Kokybė – produkto savybių, tenkinančių tam tikrus vartotojų poreikius, visuma.

8. Brūkšniniai kodai – tai nustatytų matmenų šviesių ir tamsių brūkšnių (segmentų), išdėstytų pagal tam tikras taisykles, raštas, skirtas duomenų pavaizdavimui forma, tinkama automatizuotai skaityti.

9. Prekių brūkšninį kodavimą ir numeravimą, pagal tarptautinės GS1 sistemos reikalavimus, Lietuvoje vykdo asociacija „GS1 LITHUANIA“.

10. Tarptautinius kokybės standartus tvarko Tarptautinė standartų organizacija (ISO).

*36 užduotis.* NURODYTUS VEIKSMUS PRISKIKITE NE MAISTO PREKIŲ PARDAVIMO ETAPAMS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Veiksmai** | **Ne maisto prekių pardavimo etapas** |
| Ne maisto prekės vartojamųjų savybių pristatymas. | Konsultavimo etapas |
| Atsisveikinimas su pirkėju. | Užbaigimo etapas |
| Pasisveikinimas su pirkėju. | Pradžios etapas |
| Pirkėjo informavimas apie ne maisto prekės kainą. | Konsultavimo etapas |
| Sužinojimas apie ne maisto prekės poreikį. | Pradžios etapas |
| Atsiskaitymas už ne maisto prekę. | Užbaigimo etapas |
| Alternatyvios ne maisto prekės pasiūlymo pateikimas. | Konsultavimo etapas |

*37 užduotis*. PATEIKTIEMS APRAŠYMAMS NURODYKITE PASLAUGOS SAVYBES, KURIOS YRA SVARBIOS KONSULTUOJANT KLIENTUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Aprašymas** | **Paslaugos savybė** |
| Paslaugų pardavimo konsultantai, pasinaudoję įvairiomis komunikacijos priemonėmis, vartotojams privalo suteikti kuo išsamesnę informaciją apie paslaugos turinį ir kokybę. | Neapčiuopiamumas |
| Paslaugos paklausos ir pasiūlos svyravimai, jų subalansavimas dėl esminės paslaugų savybės – sudėtingas procesas. | Nepatvarumas |
| Kartą pasinaudojęs paslauga, vartotojas susikuria jos stereotipą, tačiau identiškų paslaugų nėra. Tai sąlygoja skirtingi paslaugų deriniai, teikimo formos, terminai, nauda vartotojui ir kainų skirtumai. | Heterogeniškumas |
| Dėl paslaugos savybės kylantis sunkumas – paslaugos teikimo operacijų ir kokybės lygio standartizavimas. | Heterogeniškumas |
| Paslauga egzistuoja tol, kol vartojama. | Nepatvarumas |
| Paslaugos savybė sąlygoja paslaugos pardavėjo darbo sunkumą, nes klientas abejoja, ar paslauga yra verta nustatytos kainos. | Neapčiuopiamumas |

*38 užduotis*. PATEIKTIEMS SITUACIJŲ PAVYZDŽIAMS NURODYKITE PASLAUGOS SAVYBES, KURIOS YRA SVARBIOS KONSULTUOJANT KLIENTUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Situacijų pavyzdžiai** | **Paslaugos savybė** |
| Kelionių paketų pardavimas išauga vasaros ir žiemos periodais. | Nepatvarumas |
| Klientas kreipėsi dėl paslaugos įsigijimo į e. parduotuvę. Jį aptarnavo e. pardavėjas-konsultantas. Klientas puikiai įvertino įsigytą paslaugą. | Heterogeniškumas |
| Automobilių lizingo paslaugos pardavimas išauga vasaros laikotarpiu. | Nepatvarumas |
| Klientas dar kartą kreipėsi dėl tos pačios paslaugos įsigijimo į tą pačią e. parduotuvę. Jį aptarnavo kitas e. pardavėjas-konsultantas. | Heterogeniškumas |
| Klientas e. pardavėjui-konsultantui pateikė klausimą: ar tikrai bus išsaugoti mano asmeniniai duomenys, jei įsigysiu pramogų paketą lizingu? | Neapčiuopiamumas |
| Klientas e. pardavėjui-konsultantui, parduodančiam automobilių nuomos paslaugą, pateikė klausimą: ar tikrai automobilis nesuges, jei planuoju vykti į kitą miestą? | Neapčiuopiamumas |

*39 užduotis.* PAGAL PATEIKTAS SĄLYGAS APSKAIČIUOKITE REKLAMOS BIUDŽETĄ.

1. 3600 eur.

2. 38282,40 eur.

3. 5250,60 eur.

4. 16200 eur.

5. 3600 eur.

**Modulis „E. įmonės logotipo pozicionavimas reklamoje“**

*1 užduotis.*PRIE KIEKVIENO LOGOTIPO NURODYKITE KOKIOS JIS RŪŠIES PAGAL JO STRUKTŪRĄ.

1. Simbolis

2. Tekstinis logotipas

3. Monograma

4. Emblema

5. Kombinuotas logotipas

6. Simbolis

7. Kombinuotas logotipas

8. Monograma

*2 užduotis.*PABAIKITE SAKINIUS.

1. Pozicionavimas

2. atpažįstamumą

3. rinkos dalį

4. Kelių prekinių ženklų

5. Demografinė

6. Pozicionavimo žemėlapis

7. racionaliais arba emociniais

8. pasirinkimas Nr. 1

9. Konkurencinis pozicionavimas

10. Logotipo identitetas

11. ilgalaikė strategija

12. gaunama nauda

*3 užduotis.*SUDĖLIOKITE LOGOTIPO POZICIONAVIMO DARBŲ SANDARĄ IŠ EILĖS.

|  |  |
| --- | --- |
| Tapatybinis prisistatymas, logotipo legenda | 7 |
| Pergalingos pozicionavimo krypties išgryninimas; pergalingos žinutės sukūrimas. | 4 |
| Logotipo šūkis ir lydimųjų šūkių sistema | 6 |
| Sektorinės sėkmės istorijos pažangiausiose pasaulio rinkose. | 3 |
| Konkurentų komunikacijos analizė. | 2 |
| Sprendimas dėl logotipo pavadinimo (jei kuriamas naujas logotipas arba jei tikslinga keisti esamą) | 5 |
| Rinkodaros žemėlapis: gairės, kaip įtvirtinti įvaizdžio poziciją tikslinių auditorijų mintyse. | 8 |
| Giluminė logotipo analizė. | 1 |

*4 užduotis.*PRIE TEIGINIO PARINKITE POZICIONAVIMO BŪDĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| E | B | G | C | A | F | D |

*5 užduotis.*PRIE E. ĮMONĖS LOGOTIPO REKLAMOS KANALO KATEGORIJOS PRISKIRKITE TINKAMĄ JO PRIEMONĘ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| B | C | A | C | B | C | A | C | A | C |

*6 užduotis.*PRIE E. ĮMONĖS LOGOTIPO REKLAMOS VERTINIMO KRITERIJAUS PRISKIRKITE TINKAMĄ JO REIKŠMĘ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| B | D | A | B | B | C | D | C | A | D |

*7 užduotis.*UŽBAIKITE LOGOTIPO SAVYBIŲ MATŲ FORMULES.

1. logotipo pirkimų skaičius

2. pirkėjų

3. laiko periodą

4. pirkimų skaičius

5. perkančių tik tą logotipą

6. pirkimų dažnumas

**Modulis „Aktyvių e. pardavimų technikos taikymas“**

*1 Užduotis.*NURODYKITE NETEISINGUS TEIGINIUS, JUOS PABRAUKITE

1. Derybos – procesas, kuriame tik viena pusė gauna didžiausią naudą.
2. Derybos – procesas, kuriame dvi ar daugiau šalių apsikeičia produktais.
3. Yra trys pagrindiniai derybų metodai.
4. Išskirtiniausias integruojamojo derėjimosi bruožas yra tas, kad jis vyksta „nulinės sumos“ sąlygomis.
5. Integruojamojo derėjimosi esmė ta, kad deramasi, kas ir kokią pyrago dalį gaus.
6. Dalyvaujančių skirstomosiose derybose šalių tikslas – pabandyti priversti oponentą sutikti su konkrečiu tikslu arba kiek įmanoma prie jo priartėti.
7. Skirstomojo derėjimosi metu problemos sprendžiamos remiantis prielaida, kad egzistuoja daugiau negu vienas susitarimo variantas, sukuriantis sprendimą, kai laimi abi šalys.
8. Skirstomasis derėjimasis užmezga ilgalaikius ryšius ir sudaro sąlygas kartu dirbti ateityje.
9. Per skirstomąjį derėjimąsi viena šalis lieka pralaimėjusi.

*2 užduotis.* SURASKITE NETIKSLUMUS LYGINDAMI SKIRSTOMĄJĮ DERĖJIMĄSI SU INTEGRUOJAMUOJU, PABRAUKITE.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Derėjimosi apibūdinimas** | **Skirstomasis derėjimasis** | **Integruojamasis derėjimasis** |
| **Ištekliai, kuriuos reikia paskirstyti** | Fiksuoti | Fiksuoti |
| **Svarbiausi motyvai** | Aš pralaimiu, jūs laimite | Aš laimiu, jūs laimite |
| **Svarbiausi interesai** | Prieštarauja vienas kitam | Sutampa vienas su kitu |
| **Santykių tikslas** | Ilgalaikis | Trumpalaikis |

*3 užduotis.* PAGAL APRAŠYMUS NURODYKITE, KOKIE YRA SPRENDIMŲ ŠALIŠKUMAI, TRUKDANTYS EFEKTYVIAI DERĖTIS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Aprašymas** | **Sprendimų šališkumai, trukdantys efektyviai derėtis** |
| Derybininkai dažnai per daug pasikliauja jau turima informacija ir nekreipia dėmesio į aktualesnius duomenis. | Informacija |
| Besiderintieji daro prielaidą, kad laimėjimą privalo pasiekti kitos šalies sąskaita. | Mistinis fiksuotas pyragas |
| Žmonės linksta tęsti anksčiau pasirinktą veiksmų kursą ilgiau nei būtų logiška. | Nelogiškas įsipareigojimų eskalavimas |
| Per didelis pasitikėjimas savo ruožtu mažina paskatą ieškoti kompromisų. | Per didelis pasitikėjimas savimi |
| Žmonės dažnai yra linkę savo sprendimus susieti su nereikšminga informacija. | Informacijos susiejimas ir koregavimas |
| Žmones kartais pernelyg paveikia informacijos pateikimo būdas. | Derybų objekto pateikimas |
| Žmonės derybose yra linkę elgtis taip, tarsi jų oponentas būtų neaktyvus, ir nekreipia dėmesio į vertingą informaciją. | Nugalėtojo prakeikimas |

*4 užduotis.* KURIOS IŠ PATEIKTŲ REKOMENDACIJŲ YRA SUSIJUSIOS SU DERYBŲ ĮGŪDŽIŲ GERINIMU, PABRAUKITE.

* Akcentuokite sprendimus, kai laimi abi pusės.
* Pasitelkite konkurenciją, kai gyvybiškai svarbūs yra greiti, ryžtingi veiksmai.
* Pradėkite nuo teigiamų dalykų.
* Nekreipkite didelio dėmesio į pradinius siūlymus.
* Taikykite vengimą, kai yra svarbesnių klausimų.
* Naudokite bendradarbiavimą, norėdami rasti sprendimą.
* Surinkite duomenis apie savo oponentą.
* Svarstykite problemą, o ne asmenybes.
* Pasitelkite kompromisą.
* Sukurkite atvirą, pasitikėjimu grindžiamą klimatą.
* Naudokite prisitaikymą, kai suklydote ir norite sulaukti geresnės progos.

*5 užduotis.* ĮVARDINKITE RACIONALAUS SPRENDIMO PRIĖMIMO MODELIO ETAPUS.

|  |
| --- |
| 1. Apibrėžti problemą. 2. Išsiaiškinti sprendimo kriterijus. 3. Pasverti kriterijus. 4. Numatyti alternatyvas. 5. Įvertinti kiekvieną alternatyvą pagal kiekvieną kriterijų. 6. Apskaičiuoti optimalų sprendimą. |

*6 užduotis.* ĮVARDINKITE RACIONALAUS SPRENDIMO PRIĖMIMO MODELIO PRIELAIDAS.

|  |
| --- |
| 1. Problemos aiškumas. 2. Žinomos pasirinkimo galimybės. 3. Aiškūs prioritetai. 4. Pastovūs prioritetai. 5. Nėra laiko ar kaštų suvaržymų. 6. Maksimali nauda. |

*7 užduotis.* KURIE IŠ PATEIKTŲ KOMPONENTŲ YRA BŪDINGI TRIJŲ KOMPONENTŲ KŪRYBINGUMO MODELIUI, PAŽYMĖKITE +.

|  |  |
| --- | --- |
| **KOMPONENTAI** | **BŪDINGA** |
| Patirtis | + |
| Iššūkis |  |
| Šaltinis |  |
| Vidinė motyvacija | + |
| Asmenybė |  |
| Struktūra |  |
| Kūrybiniai gebėjimai | + |
| Kontrolės centras |  |
| Empatija |  |

*8 užduotis.* ĮRAŠYKITE PRALEISTUS ŽODŽIUS.

1. Intuityvus sprendimų priėmimas yra nesąmoningas procesas, kylantis iš sukauptos patirties.
2. Formuluojant ir sprendžiant sudėtingas problemas protas nepajėgia patenkinti visų racionalumo reikalavimų, žmonės veikia riboto racionalumo rėmuose.
3. Eidamas pažįstamu ir gerai pamintu keliu, sprendimus priimantis žmogus analizuoja alternatyvas tik tol, kol suranda „pakankamai gerą“, tokią, kuri duos priimtinus rezultatus.
4. Patirtis leidžia ekspertui atpažinti situaciją ir, pasinaudojant anksčiau sukaupta informacija apie šią situaciją, greitai surasti sprendimą.
5. Kai vienam žmogui yra problema, kitam atrodo priimtinas status quo.
6. Sprendėjai retai ieško optimalaus sprendimo, o stengiasi greičiau rasti priimtiną.
7. Norėdami išvengti informacijos pertekliaus, sprendėjai pasikliauja euristika.
8. Euristikos kategorijos yra tinkamumo ir reprezentatyvumo.
9. Tinkamumo euristikos pavyzdys, apibūdinantis žmonių tendenciją savo nuomonę grįsti jau turima informacija.
10. Įsipareigojimų eskalavimas – tai padidinti įsipareigojimai ankstesniam sprendimui, nepaisant neigiamos informacijos.

*9 užduotis.*APIBŪDINKITE E.VARTOTOJŲ TIPOLOGIJOS MODELIUS.

1. AIO modelis skirsto vartotojus į segmentus pagal šias parametrų grupes: veikla - veikla, interesai - interesai, nuomonės - nuomonės.

2. VALS modelis – įrankis klientų vertybėms ir gyvenimo būdui suprasti. Modelis suskirsto e. vartotojus į 9 segmentus, suskirstytus į 3 pagrindines grupes: orientuotas į poreikius, nukreiptas į išorę ir nukreiptas į vidų.

3. VALS-2 modelis – vartotojų priskyrimas konkrečiam tipui grindžiamas jų sutikimu ar nesutikimu su 42 teiginiais. Modelis suskirsto visuomenę į 8 segmentus dėl dviejų priežasčių. Pirmoji yra elgesio orientacija. Antra - vartotojų ištekliai: finansinė, materialinė, informacinė, fizinė ir psichologinė. Paskiriami 8 segmentai: aktualizatorius, savęs suvokimas, tikėjimas, pasiekimas, siekimas, išgyvenimas, eksperimentuotojas, kūrėjas.

4. LOV modelis – yra 9 vertybės, kurie reitinguojami pagal savo svarbą: savirealizacija, jaudulys, pasiekimų pojūtis, savivertė, priklausymo jausmas, būti gerbiamiems, saugumas, linksmybės ir malonumas, šilti santykiai su kitais.

5. PRIZM modelis – geodemografinis gyvenimo stiliaus modelis, pagrįstas geografinių ir demografinių kriterijų deriniu. Modelis apima 40 gyvenimo būdų tipų, suskirstytų į 12 grupių pagal gyvenamosios vietos tipo kriterijus kartu su vartotojų demografiniais parametrais. Tipų pavadinimai atspindi jų segmento pobūdį: „mėlynojo kraujo valdos“, „smegenys ir pinigai“, „žemės ūkio verslas“ ir kt.

6. „Globalaus skanavimo„ modelis – 5 pasaulinio gyvenimo būdo segmentai: tie kurie stengiasi, siekia, numalšina, prisitaikantys, tradicionalistai.

*10 užduotis.*E. VARTOTOJŲ TIPUI PRISKIRKITE TINKAMĄ PRODUKTO PAGEIDAVIMO ATRIBUTO REIKŠMĘ.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| E | C | A | G | B | F | D |

*11 užduotis.*TEIGINIAMS PRISKIRKITE TINKAMĄ PSICHOLOGINIO POVEIKIO PRIEMONĘ VYKDANT AKTYVIUS E. PARDAVIMUS.

1. Smalsumas

2. Specifiškumas

3. „Viskas viename“

4. Susižavėjimas

5. Gilesnių motyvų „kabinimas“

6. Įvaizdis

7. Įtaiga

8. Pripažinimas/pagyrimas

9. Godumas

10. Įtikinimas

11. „Bandos jausmas“

12. „Užsikrėtimas“

13. Mėgdžiojimas

14. Nemokama dovana

15. Stereotipas

*12 užduotis.*KLAUSIMŲ FORMULUOTĖMS PAGAL SPAS MODELĮ PRISKIRKITE KLAUSIMO TIPĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| C | B | B | B | C | A | B | A | C | A |

*13 užduotis.*IŠVARDINKITE:

A. VARTOTOJO SPRENDIMO PIRKTI PRIĖMIMO PROCESO ETAPUS.

1. Poreikio atsiradimas (pripažinimas)

2. Informacijos paieška

3. Alternatyvų įvertinimas (informacijos įvertinimas)

4. Sprendimo pirkti priėmimas

5. Elgsena po pirkimo (popirkiminė reakcija)

B. VARTOTOJO ELGSENĄ VEIKIANČIUS VIDINIUS IR IŠORINIUS VEIKSNIUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **Vidiniai veiksniai** | **Išoriniai veiksniai** |
| Fiziologiniai  Socialiniai  Psichologiniai | Reklama  Socialinė aplinka  „Bendravimas iš lūpų į lūpas“  Lyginimas savęs su aplinkiniais |

*14 užduotis.*UŽBAIKITE SAKINIUS.

1. **Rutinos elgsena** – kai vartotojai pasirenka tam tikrą įprastą kelią savo atsiradusiam poreikiui patenkinti, nenaudodamas didelių pastangų.

2. **Ribotas problemos sprendimas** – kai vartotojas yra pasirengęs įdėti šiek tiek pastangų, kad nuspręstų, kaip geriausia patenkinti savo poreikį.

3. **Išplėstinis problemos sprendimas** – toks problemos sprendimo tipas, kurį vartotojas naudoja naujam, dar neturėtam ar labai svarbiam poreikiui patenkinti, įdėdamas daug pastangų ieškant geriausios išeities.

4. **Vidinė informacijos paieška** – kai asmuo bando prisiminti, ką žino apie konkrečias prekes ar jų grupę, apmąsto, kur galima jų įsigyti.

5. **Išorinė informacijos paieška** – asmuo klausia pažįstamų nuomonės, žiūri reklamas, varto reklaminius leidinius, naršo internete.

6. **Nenumatyti aplinkos veiksniai** – tai tokie veiksniai, kurių pokytis galėtų įtakoti vartotojo apsisprendimą įsigyti vieną ar kitą prekę.

7. **Motyvas** – tai stiprus poreikis, verčiantis asmenį imtis kokių nors veiksmų.

8. **Įtakos (referentinės) grupė** – tai tokios grupės, kurios tiesiogiai arba netiesiogiai turi įtakos asmens elgesiui bei vertybių, požiūrio formavimui.

9. **Vartotojų elgsena** – tai individo veiksmai, susiję su prekės įsigijimu bei vartojimu ir apimantys jo poelgius nuo atsiradimo problemos, kurią gali išspręsti prekės įsigijimas, iki reakcijos į jau įsigytą prekę.

10. **Pažinimo disonansas** – tai atsiradęs popirkiminis rūpestis, kilęs dėl neatitikimo tarp asmens žinių, įsitikinimų ir požiūrių po to, kai buvo atliktas pirkimo veiksmas ar priimtas pirkimo sprendimas.

**Modulis „E. vartotojų lojalumo įmonei kūrimas“**

*1 užduotis.*ATLIKITE TESTĄ PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 |
| a | b | c | b | a | b | c | b | c | b | a | c | c | b | a |

*2 užduotis.*PATEIKTOMS VARTOTOJŲ LOJALUMO SAMPRATOMS NURODYKITE SAMPRATOS PAGRINDĄ (ELGSENA AR NUOSTATOS).

|  |  |
| --- | --- |
| **Vartotojų lojalumo samprata** | **Sampratos pagrindas** |
| Įsitikinimų, prisirišimo bei ketinimų (pirkti) prekės ženklo atžvilgiu sąveikos rezultatas. | Nuostatos |
| Ketinimas vėl pirkti ir rekomenduoti organizaciją kitiems. | Nuostatos |
| Elgsena, pagrįsta vertės ieškojimu. | Elgsena |
| Proto būsena, nuostatų, įsitikinimų ir troškimų rinkinys. | Nuostatos |
| Vartotojų lojalumas yra paremtas vartotojų pakartotinių pirkimų elgsena, sukelta marketingo veiksmų. | Elgsena |
| Tendencingas pirmenybės (išreiškiamos pirkimu) prekės ženklui teikimas. | Elgsena |
| Įsipareigojimas vėl pirkti mėgstamą produktą ar paslaugą. | Elgsena |
| Vartotojų lojalumas pasireiškia, kai ryšiai tarp organizacijos ir vartotojų yra pagrįsti atsidavimu. | Nuostatos |
| To paties prekės ženklo pirkimų proporcija ar nuoseklus pirkimas. | Elgsena |

*3 užduotis*. PATIKRINKITE TEIGINIUS, ĮRAŠANT ATSAKYMĄ: „TEISINGAS“, „NETEISINGAS“.

|  |  |
| --- | --- |
| **Teiginys** | **Atsakymas** |
| Vartotojų lojalumas yra pagrindinis santykių marketingo tikslas. | Teisingas |
| Vartotojų lojalumas yra siejamas su tiekėjų poreikiais. | Neteisingas |
| Tikėtina, kad lojalūs vartotojai gali skleisti neigiamą informaciją apie įmonę. | Neteisingas |
| Organizacijos gali gauti naudos iš lojalių vartotojų. | Teisingas |
| Vartotojų lojalumas yra siejamas su vartotojų pelningumu | Teisingas |
| Būdingi didesni kaštai lojaliems vartotojams išlaikyti. | Neteisingas |
| Galimybė lojaliems vartotojams parduoti susijusius produktus. | Teisingas |
| Galimybė lojaliems vartotojams nustatyti aukštesnę produkto ar paslaugos kainą. | Teisingas |

*4 užduotis*. ĮRAŠYKITE PRALEISTUS ŽODŽIUS.

1. Aptarnavimo kokybės įtaka ilgalaikių santykių sėkmei yra neginčijama.
2. Atsidavimas laikomas svarbiu tiesioginiu vartotojų lojalumo šaltiniu.
3. Pasitikėjimas laikomas ilgalaikių santykių pagrindu.
4. Pasitenkinimo įtaka yra reikšminga vartotojų lojalumui.
5. Vartotojų lojalumas yra laikomas organizacijos pelningumo pagrindu.
6. Suvokiamos vertės ir situacijos veiksniai sąlygoja pakartotinių pirkimų elgseną.
7. Vartotojų pasitenkinimas sandoriu ir pačiais ryšiais sąlygoja santykių rezultatą.
8. Atsidavimas ir pasitikėjimas laikomi vartotojų lojalumo pagrindiniais tarpiniais kintamaisiais.
9. Santykių rezultatas organizacijai priklauso nuo vartotojų gaunamų naudų.
10. Santykių (tarp organizacijos ir vartotojo) kūrimo procesas yra susijęs su ekonominiu santykių pagrindu, išteklių pagrindu, socialiniu pagrindu.

*5 užduotis*. UŽBAIKITE PATEIKTUS TEIGINIUS.

1. Pasitikėjimas pasireiškia mažesniu nerimo suvokimu ir žinojimu.
2. Socialinės naudos apima emocinę santykių pusę bei pasireiškia per asmeninius vartotojų santykius su darbuotoju.
3. Ypatingo aptarnavimo naudos apima kainos sumažinimus, greitesnį aptarnavimą, individualizuotas papildomas paslaugas.
4. Vartotojai, palaikydami ryšius su organizacija, tikisi gauti dviejų rūšių naudas: funkcines ir ypatingo aptarnavimo arba socialines naudas.
5. Pasitikėjimas prekės ženklu grindžia bet kokius ilgalaikius santykius.
6. Pasitikėjimo nauda vartotojui skatina pastarojo atsidavimą, drauge ir lojalumą.
7. Socialinė nauda yra: santykių teikiamas malonumas, maloniai praleistas laikas, bendraujant su pardavėju.
8. Funkcinė nauda yra: sutaupytas laikas, patogumas, patarimai, padedantys pasirinkti geresnę produkto ar paslaugos alternatyvą.
9. Pasitikėjimas yra esminis vartotojų lojalumo komponentas.
10. Lojalumas bus stipresnis, jei vartotojo pasitikėjimas organizacija bus didesnis.
11. Socialinių naudų vartotojai nori kaip funkcinių naudų priedo.
12. Socialinės naudos sandorio rezultatus paveikia ne tiesiogiai.
13. Socialinės naudos sandorio rezultatus paveikia per santykių kokybės elementus, jų įtaka lojalumui yra tiesioginė.
14. Ypatingo aptarnavimo naudos atsiranda tada, kai organizacija teikia tam tikras papildomas naudas vartotojams.
15. Ekonominės naudos gali būti kaininės naudos – nuolaidos, kainų sumažinimas vartotojams, palaikantiems ryšius su organizacija.
16. Ekonominės naudos gali būti nekaininės naudos – greitesnis pastovių vartotojų aptarnavimas ir individualizuotos, vartotojams suvokiamas lengvatinis aptarnavimas, išskirtinis dėmesys bei ypatingos paslaugos, neteikiamos kitiems vartotojams.
17. Ypatingo aptarnavimo naudos pasireiškia kaip vartotojų lojalumo ir atsidavimo organizacijai augimas.
18. Vartotojo suvokiama gaunama vertė didina pastarojo lojalumą.
19. Santykių teikiamos naudos formuoja santykių kokybę, nuo kurių priklauso vartotojų lojalumas.
20. Santykių teikiamos naudos, santykių kokybė yra vartotojų lojalumą formuojantys veiksniai.

*6 užduotis*. PABRAUKITE TEIGINIUS, KURIE YRA SUSIJĘ SU BŪTINOMIS VARTOTOJO LOJALUMO EGZISTAVIMO SĄLYGOMIS.

* Kryptinga elgsena, t. y. atsitiktiniai pakartotiniai pirkimai.
* Kryptinga elgsena, t. y. neatsitiktiniai pakartotiniai pirkimai.
* Pasireiškianti ilgame laikotarpyje, t. y. perkama daugiau nei vieną kartą.
* Pasireiškianti trumpame laikotarpyje, t. y. perkama daugiau nei vieną kartą.
* Būdinga tam tikram sprendimų priėmėjui – vartotojui, pirkėjui ar individų grupei.
* Veikiama psichologinių procesų, t. y. vertinimo proceso priimamas sprendimas, kuris prekės ženklas yra blogiausias ir turi būti pasirenkamas.
* Veikiama psichologinių procesų, t. y. vertinimo proceso priimamas sprendimas, kuris prekės ženklas yra geriausias ir turi būti pasirenkamas.
* Susijusi su vieno prekės ženklo išskyrimu iš galimų alternatyvų.
* Susijusi su kelių prekės ženklų išskyrimu iš galimų alternatyvų.

*7 užduotis*. KURIE IŠ ŠIŲ VEIKSNIŲ TURI POVEIKĮ NELOJALIAM VARTOTOJUI, SIEKIANT, KAD TAPTŲ LOJALIU VARTOTOJU? PATEIKITE ATSAKYMUS LENTELĖJE: TAIP ARBA NE.

|  |  |
| --- | --- |
| **VEIKSNIAI** | **ATSAKYMAI** |
| Organizacijos patogumas | TAIP |
| Pirmas įspūdis apie organizaciją | NE |
| Bendras įspūdis apie organizaciją | TAIP |
| Prekių, paslaugų kokybė | TAIP |
| Siauras prekių, paslaugų asortimentas | NE |
| Personalo aptarnavimas | TAIP |
| Gilus prekių ir paslaugų asortimentas | NE |
| Palaikančios paslaugos | TAIP |
| Trumpos darbo valandos | NE |

*8 užduotis.* NURODYKITE FORMUOJANČIUS VARTOTOJO LOJALUMĄ ORGANIZACIJAI (KUOMET VARTOTOJAS YRA NELOJALUS ORGANIZACIJAI) VEIKSNIUS PAGAL PATEIKTUS APRAŠYMUS.

|  |  |
| --- | --- |
| **APRAŠYMAS** | **VEIKSNYS** |
| Šis veiksnys apibrėžia, kaip vartotojas suvokia organizaciją. | Bendras įspūdis apie organizaciją. |
| Šis veiksnys yra siejamas su darbuotojų paslaugumu, mandagumu, patikimumu, empatija. | Personalo aptarnavimas. |
| Ji yra vienas svarbiausių veiksnių, formuojančių organizacijų, kurios prekiauja „pasirenkamais“ produktais, paslaugomis įvaizdį. | Prekių arba paslaugų kokybė. |
| Jis apibrėžiamas kaip suvokiama produkto ar paslaugos pridėtinė vertė, lyginant ją su sumokėta kaina. | Vertės suvokimas. |
| Vartotojų lojalumas organizacijai priklauso nuo produktų pasirinkimo galimybės. | Organizacijos asortimentas. |
| Jis susijęs su organizacijos pasiekiamumu, interjeru, darbo valandomis. | Organizacijos patogumas. |
| Tai papildomos paslaugos, kurias teikia organizacija. | Palaikančios paslaugos. |

*9 užduotis*. PABRAUKITE TUOS TEIGINIUS, KURIE YRA SUSIJĘ SU NELOJALAUS VARTOTOJO BRUOŽAIS.

* Pakartotinis vartojimas siejamas su nauda organizacijai.
* Tvirtos nuostatos nebuvimas prekės ženklo, organizacijos atžvilgiu.
* Prisirišimo nebuvimas.
* Perkama iš įpročio.
* Pirkimas, kuris sąlygojamas aplinkybių.
* Nuoseklus pirkimas.
* Ketinimas vėl pirkti.
* Organizacijos rekomendavimas kitiems.

*10 užduotis.* KURIE IŠ PATEIKTŲ INDIKATORIŲ YRA VARTOTOJŲ LOJALUMO MATAVIMO INDIKATORIAI. ATSAKYKITE TAIP ARBA NE.

|  |  |
| --- | --- |
| **Indikatorius** | **Atsakymas** |
| Pasitenkinimas organizacijos paslaugomis | TAIP |
| Pasitenkinimas organizacijos parduodamomis prekėmis | TAIP |
| Vartotojo baimė pirkti pakartotinai | NE |
| Vartotojo ketinimas pirkti pakartotinai | TAIP |
| Vartotojo nenoras rekomenduoti organizacijos kitiems | NE |
| Neigiami vartotojo atsiliepimai apie organizaciją | NE |
| Vartotojo ketinimas rekomenduoti organizaciją | TAIP |
| Vartotojo ketinimas rekomenduoti paslaugą | TAIP |
| Vartotojo ketinimas rekomenduoti prekes | TAIP |

11 užduotis.ĮRAŠYKITE PRALEISTUS ŽODŽIUS, SUSIJUSIUS SU VARTOTOJŲ LOJALUMO ĮMONEI STIPRINIMU.

1. Jei organizacijos, kurdamos pardavimų skatinimo programas, nenustato jų ilgalaikio poveikio ir nuolat augančios įtakos prekės ženklo įvaizdžiui bei rinkos pozicijai, rezultatas būna tik trumpalaikis pakilimas pardavimų kreivėje.
2. Skirtingos pardavimų skatinimo veiklos yra kuriamos skirtingiems tikslams pasiekti.
3. Pardavimų skatinimo programos skatina išbandyti produktą, tikintis pakartotinių pirkimų, padidinti esamo prekės ženklo vartojimą, apsaugoti esamus vartotojus, paveikti specifinį rinkos segmentą, sustiprinti reklamos ir marketingo pastangas.
4. Vienas svarbiausių pardavimo skatinimo metodų naudojimo sričių yra vartotojų skatinimas išbandyti naują produktą ar paslaugą.
5. Skatinimo priemonės, kuponai ar pasiūlymai grąžinti pinigus, dažniausiai yra pridedamos prie produktų pavyzdžių.
6. Paveikus ilgalaikei reklamai bei daugybei bandymų, vartotojų sąmonėje jau giliai įsišaknijęs įprotis įsigyti esamą prekės ženklą.
7. Vartotojai gali būti viliojami suteikiant konkurentų vartotojams paskatas pasinaudoti pasiūlymu, tokiu kaip kuponai, papildomi pasiūlymai, premijinės pakuotės, skatinimas kaina.
8. Tokios pardavimų skatinimo priemonės kaip konkursai, įvykiai, kuponai, produkto pavyzdžių dalinimas yra labai efektyvūs būdai pasiekti specifines geografines, demografines, psichologines ir etnines rinkas.
9. Pardavimų skatinimo naudojimas integruotos marketingo komunikacijos programoje suteikia vartotojams pridėtinę vertę, išreikštą žemesne kaina, įvairiais priedais ar galimybe laimėti specialų prizą.

*12 užduotis.*PRIE E. KLIENTŲ LOJALUMO SEGMENTŲ PARINKITE TINKAMĄ POVEIKIO STRATEGIJĄ IR REKOMENDUOJAMĄ VEIKSMĄ.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| C | A | B | F | D | E |
| X | Y | ZZ | XX | YY | Z |

*13 užduotis.*PRIE E. KLIENTŲ POREIKIŲ IR LŪKESČIŲ PRISKIRKITE TINKAMĄ LOJALUMO PRIEMONĘ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| C | D | A | D | B | C | A | C | B | A | B | D |

**Modulis „Įvadas į darbo rinką“**

*TESTAS ĮSIVERTINTI GEBĖJIMAMS BAIGUS PROGRAMA*

*1 užduotis.* ATLIKITE TESTĄ PASIRINKDAMI VIENĄ TEISINGĄ ATSAKYMĄ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| a | c | b | d | b | d | a | c | d | c | b |
| 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 |
| b | b | d | c | a | a | a | a | b | b | a |
| 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 | 31 | 32 | 33 |
| b | c | b | a | a | c | b | c | b | c | a |
| 34 | 35 | 36 | 37 | 38 | 39 | 40 | 41 | 42 | 43 | 44 |
| b | b | c | b | a | b | a | a | b | b | c |
| 45 | 46 | 47 | 48 | 49 | 50 | 51 | 52 | 53 | 54 | 55 |
| b | c | b | c | c | c | a | a | a | b | b |
| 56 | 57 | 58 | 59 | 60 | 61 | 62 | 63 | 64 | 65 | 66 |
| a | b | c | b | a | b | a | a | c | a | b |

*2 užduotis.* IŠVARDINKITE PAGRINDINIUS 9 ŽINGSNIUS PRADEDANT KURTI SAVO E. PREKYBOS VERSLĄ.

1. Sukurti verslo ir rinkodaros planą.

2. Pasirinkti tinkamą internetinio puslapio adresą (domeno pavadinimą), kuris padės klientams lengviau rasti.

3. Pasirinkti patikimą elektroninės prekybos programinę įrangą, kurioje klientui būtų galimybė sukurti krepšelį.

4. Pasirinkti būdus, kaip klientai galės atsiskaityti už prekes ar paslaugas.

5. Tinkamai apsaugoti internetinį puslapį, kad klientai puikiai žinotų, kad parduotuvėje pirkti yra visiškai saugu.

6. Sukurti internetinį puslapį tokį, kad jis būtų patrauklus vartotojui.

7. Patikrinti internetinio puslapio veikimą.

8. Reklamuoti savo internetinį puslapį internete (SEO arba organinė paieška, mokama paieška, reklama elektroniniais laiškais,).

9. Sekti ir analizuoti savo veiksmus.

*3 užduotis.* PABAIKITE SAKINIUS NURODYDAMI VEIKSMUS, VEIKSNIUS AR SĄLYGAS, KURIE SUSIJĘ SU INTERNETINĖS REKLAMOS FORMOMIS BEI INFORMACIJOS RINKIMO PRIEMONĖMIS INTERNETE.

a)

1. veiksmas: pasirinkti kur ir kam norite skleisti skelbimą.

2 veiksmas: trimis trumpais sakiniais nusakyti savo įmonės pranašumus, kad sudomintumėte klientus arba pridėti vaizdų ir sukurti patrauklius reklamjuostės skelbimus.

3 veiksmas: nustatykite biudžeto limitą.

4 veiksmas: paskelbti skelbimą.

b)

1. „Google Ads“ gali veikti nustačius beveik bet kokį reklamavimo biudžetą. Nurodžius sumą iš karto matosi numatomas pasiekiamumo rezultatas.

2. Išbandyti „Google Ads“ – nereikia pasirašyti jokios ilgalaikės sutarties ir galima bet kada pristabdyti ar atšaukti paslaugą, bei pakeisti biudžetą.

3. Galima nemokamai prisiregistruoti, gauti paskyrą. Mokama tik klientams atlikus veiksmus (paspaudus ant skelbimo nuorodos).

c)

1. Geriausių raktinių žodžių atrinkimo, skaičiavimo procesas ir jų panaudojimas.

2. Tinkamas raktinių žodžių tankio parinkimas.

3. Draugiško URL nustatymas el. platformos puslapiams.

4. Antraščių ir meta aprašų autentiško turinio sukūrimas.

5. Naudojamų vaizdo failų tinkamas pavadinimų sukūrimas prieš keliant į e. platformą.

6. E. parduotuvės platformos nuorodos naudojimas nemokamose puslapiuose.

d)

1. Vaizdo įrašai. Vaizdo įrašai turi būti priglobti sistemoje „YouTube“. „Google Ads“ gali sukurti vaizdo įrašo skelbimą už jus, naudodama išteklius iš jūsų programų parduotuvės įrašo.

2. Vaizdai. Gulsčius vaizdus įkelkite kaip .jpg, .gif arba .png failus, kurių maksimalus dydis – 1024 KB. Kiti vertingi formatai: 320 x 50 tašk., 320 x 480 tašk. ir 300 x 250 tašk.

3. HTML5. Įkelkite HTML5 kaip .zip failą, kurio maksimalus dydis – 1 MB ir kuris sudarytas iš daugiausiai 40 failų.

e)

1. Bendra apžvalga – kas šiuo metu lankosi e. prekybos platformoje.

2. Vietovės – geografinę prisijungusio prie e. prekybos platformos buvo vietą, jei ji nepaslėpta.

3. Duomenų srauto šaltiniai – iš kur lankytojas atkeliavo į e. prekybos platformą.

4. Turinys – kurioje e. prekybos platformos vietoje jis lankosi.

5. Įvykiai – ką lankytojas vykdė e. prekybos platformoje.

6. Konversijas – jei buvo numatyti tam tikrų veiksmų tikslai, jų įgyvendinimas.

f)

1. Bendras paspaudimų skaičius.

2. Bendras parodymo skaičius.

3. Vidutinis PR – tai paspaudimu pasibaigusių parodymų procentas.

4. Vidutinė e. parduotuvės pozicijos paieškos rezultatuose, naudojant aukščiausią poziciją.

g)

1. Šurmulio rinkodara – tokio tipo žinutėse yra stengiamasi sukurti tarp vartotojų diskusiją, ginčus, pateikiant intriguojančią, kontraversišką medžiagą.

2. Perdavimas toliau – tai grandininio laiško tipo žinutė. Vartotojas yra skatinamas persiųsti gautą žinutę kitiems vartotojams.

3. Slaptoji rinkodara – šio tipo žinutėse yra stengiamasi neužsiminti ir neparodyti, jog jos yra susijusios su komerciniais tikslais ir prekyba.

4. Viruso skatinimas – tokio tipo virusinėse žinutėse vartotojas yra informuojamas, kad persiuntęs žinutę gaus atlygį ir taip yra paskatinimas persiuntimo ar kito vartotojo kontaktų davimo veiksmui.

5. Vartotojo tvarkoma duomenų bazė – tai duomenų bazės, kuriose patys vartotojai kuria ir valdo kontaktus, bendrina bei dalinasi informacija, šitaip sukurdami virusines žinutes, kurias plėtoja kiti duomenų bazės vartotojai.

*4 užduotis.* PAGAL DUOTUS DUOMENIS APSKAIČIUOKITE IR UŽPILDYKITE LENTELĘ.

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Eil.  Nr. | Prekės pavadinimas | Pajamos | Sąnaudos | Įplaukos | Išlaidos | Pelnas iš kiekvienos prekės | Pelno procentas |
|
| 1 | Pieštukas | 39,00 | 32,50 | 39,00 | 50,00 | 6,50 | 20,00 |
| 2 | Šratinukas | 189,00 | 154,00 | 189,00 | 165,00 | 35,00 | 22,73 |
| 3 | Trintukas | 23,00 | 16,00 | 23,00 | 16,00 | 7,00 | 43,75 |
| 4 | Rašiklis (kairiarankiams) | 429,00 | 323,40 | 429,00 | 588,00 | 105,60 | 32,65 |
| 5 | Rašiklis (dešiniarankiams) | 605,00 | 539,00 | 605,00 | 588,00 | 66,00 | 12,24 |
| 6 | Sąsiuvinis (12 lapų) | 24,00 | 19,20 | 24,00 | 24,00 | 4,80 | 25,00 |
| 7 | Sąsiuvinis (24 lapai) | 73,08 | 48,72 | 73,08 | 72,00 | 24,36 | 50,00 |
| 8 | Sąsiuvinis (48 lapai) | 168,96 | 126,72 | 168,96 | 144,00 | 42,24 | 33,33 |
| 9 | Įmautė (skaidri) | 50,76 | 50,76 | 50,6 | 90,00 | 0,00 | 0,00 |
| 10 | Įmautė (matinė) | 104,61 | 85,59 | 104,61 | 90,00 | 19,02 | 22,22 |
| 11 | Įmautė A5 | 48,15 | 48,15 | 0,00 | 75,00 | 0,00 | 0,00 |
| 12 | Liniuotė (24 cm) | 220,00 | 240,00 | 220,00 | 240,00 | -20,00 | -8,33 |
| 13 | Liniuotė (30 cm) | 225,00 | 195,00 | 225,00 | 260,00 | 30,00 | 15,38 |
| 14 | Liniuotė (50 cm) | 448,50 | 388,70 | 0,00 | 390,00 | 59,80 | 15,38 |
| 15 | Užrašų knygelė (didelė) | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 16 | Užrašų knygelė (maža) | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 17 | Skaičiavimo mašinėlė | 1080,00 | 1056,30 | 1080,00 | 2112,60 | 23,70 | 2,24 |
| 18 | Piešimo sąsiuvinis A3 | 132,00 | 92,00 | 132,00 | 230,00 | 40,00 | 43,48 |
| 19 | Piešimo sąsiuvinis A4 | 218,40 | 134,40 | 218,40 | 160,00 | 84,00 | 62,50 |
| 20 | Spalvoti pieštukai | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| 21 | Akvarelė | 1156,68 | 946,05 | 0,00 | 1590,00 | 210,63 | 22,26 |
|  | Iš viso | 5235,14 | 4496,49 | 3581,81 | 6834,60 | 738,65 | 16,43 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Įmonės pelnas | 738,65 |  |  |  |  |  |
|  | Pelno mokestis | 110,80 |  |  |  |  |  |

**Literatūros sąrašas**

1. Bagdonienė, L. ir Hopenienė, R. (2004). *Paslaugų marketingas ir vadyba*. Kaunas: Kauno technologijos universitetas.
2. Bakanauskas, A. (2006). *Vartotojų elgsena.* Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
3. Bakanauskas, A. ir Liesionis, V. (2008). *Elektroninis marketingas*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla.
4. Bakanauskas, A. ir Pilenienė, L. (2009). *Vartotojų lojalumas.* Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla.
5. Bakanauskienė, I. (2004). *Vadybiniai sprendimai*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla.
6. Bakanauskienė, I., ir Petkevičiūtė, N. (2003). *Vadovo darbas.* Kaunas: Vytauto Didžiojo universiteto leidykla.
7. Balvočiūtė, R. (2002). *Vadybos pagrindai: praktinės užduotys.* Šiauliai: Šiaulių universitetas.
8. Barvydienė, V. ir Kasiulis, J. (2001). *Vadovavimo psichologija*. Kaunas: Technologija.
9. Bazaras, D. ir Vasiliauskas, V. A. (2010). *Krovinių vežimo technologijos*. Vilnius: Technika.

10. Block, P. (2013). *Nepriekaištingas konsultavimas.* Vilnius: Eugrmas.

11. Brazaitytė, I. (2002). *CE ženklinimas.* Kaunas: Kauno pramonės ir amatų rūmai.

12. Butkevičius J. ir Burkšaitienė D. (2009). *Apskaita vadybininkams*. Vilnius: Technika.

13. Davidavičienė, V. ir kt. (2009). *Elektroninis verslas.* Vilnius: Technika.

14. Golcas, R. (2020) *Sėkmingos Google Reklamos Sistema.* Vilnius.

15. Gudaitienė, D. (2007). *Ne maisto prekių pardavimas.* Panevėžys: UAB „Panevėžio spaustuvė“.

16. Yates, F. J. (2004). *Sprendimų valdymas*. Kaunas: Smaltija.

1. Jakučiūnienė, L., Norvaišienė, G. ir Ulienė, S. (2013). *Ne maisto prekių asortimentas ir kokybė.* Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
2. Kalčinskas G. ir Kalčinskaitė-Klimaitienė R. (2017). *Buhalterinė apskaita*. Vilnius: Pačiolis.
3. Kazlauskienė, A., Rimkutė, E. ir Bielinskienė, A. (2010). *Bendroji ir specialybės kalbos kultūra*. Vilnius: Pasaulio lietuvių centras.
4. Langvenienė, N. ir Vengrienė, B. (2005). *Paslaugų teorija ir praktika.* Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
5. Lekavičienė, R. ir kt. (2010). *Bendravimo psichologija šiuolaikiškai*. Vilnius: Alma littera.
6. Leonavičienė, B. (2014). *Microsoft Office 2013.* Kaunas: Smaltija.
7. Martinkus, B., Stoškus, S. ir Beržinskienė, D. (2010). *Vadybos pagrindai*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
8. Misevičius, V. (2014). *Verslo etikos ir bendravimo organizavimo pagrindai*. Kaunas: Kauno technologijos universitetas.
9. Nacionalinis kibernetinio saugumo centras; krašto apsaugos ministerija; kurk Lietuvai. *Kibernetinis saugumas ir verslas. Ką turėtų žinoti kiekvienas įmonės vadovas*. 2020.
10. Monginaitė, L. (2010). *Bendravimo psichologija.* Vilnius: Technika.
11. Pajuodis, A. (2005). *Prekybos marketingas*. Vilnius: Eugrimas.
12. Palšaitis, R. (2010). *Šiuolaikinė logistika.* Vilnius: Technika.
13. Paškevičius, R. (2004). *Pagrindiniai Europos Sąjungos reikalavimai ne maisto produktams*. Praktiniai aspektai. Kaunas: Kauno pramonės ir amatų rūmai.
14. Plėštys, R. ir kt. (2015). *Kompiuterių tinklai*. Kaunas: KTU.
15. Pociutė, D. (1993). *Maisto prekių mokslas*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidykla.
16. Povilionienė, M. B. (2007). *Maisto prekių pardavimas.* Panevėžys: UAB Panevėžio spaustuvė.
17. Pranulis, V. ir kt. (2012). *Marketingas.* Vilnius: Garnelis.
18. Pruskus, V. (2012). *Tarpkultūrinė komunikacija ir vadyba.* Vilnius: Technika.
19. Pruskus, V. (2003). *Verslo etika: laiko iššūkiai ir atsako galimybės.* Vilnius: Enciklopedija.
20. Raižienė, S. ir Endriulaitienė, E. (2007). *Organizacinė psichologija: komandų formavimo* *principai.* Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas.
21. Ries, A. ir Trout, J. (2005). *Pozicionavimas. Kova dėl pirkėjo*. Kaunas: Smaltijos leidykla.
22. Robbins Stephen, P. (2003). *Organizacinės elgsenos pagrindai*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
23. Rupšlaukis, A., Čereška, B. ir Jokubauskas, D. (2019). *Reklama: tarp klasikos ir modernumo.* Vilnius: Super namai.
24. Ruževičius, J. (2006). *Kokybės vadybos modeliai ir jų taikymas organizacijų veiklos tobulinimui*. Vilnius: Technika.
25. Savanevičienė, A. ir Šilingienė, V. (2005). *Darbas grupėse.* Kaunas: Technologija.
26. Smičienė, D. (2007). *Maisto prekės.* Vilnius: Baltos lankos.
27. Sondaitė, J., ir kt. (2012). *Verslo psichologija.* Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
28. Stoner, J. A. F., Freeman, R. E. ir Gilbert, D. R. (1999). *Vadyba*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
29. Stoškus, S. ir Beržinskienė, D. (2005). *Vadyba.* Kaunas: Technologija.
30. Šimanskienė, L. ir Župerkienė, E. (2013). *Darnus vadovavimas.* Klaipėda: Klaipėdos universitetas.
31. Tomalin, B. ir Nicks, M. (2008). *Pasaulio verslo kultūros ir kaip jas perprasti*. Vilnius: Verslo žinios.
32. Tuten, T. L. (2020). *Principles of maketing for a digital age*. London: Sage.
33. Urbanskienė, R., Clottey, B., Jakštys, J. (2000). *Vartotojų elgsena.* Kaunas: Technologija.
34. Vengrienė, B. (2006). *Paslaugų vadyba.* Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
35. Vijeikienė, B. ir Vijeikis, J. (2000). *Komandinio darbo pagrindai*. Vilnius: Rosma.
36. Zavadskis, M. (2004). *Menas parduoti. Sėkmingo pardavėjo vadovas*. Vilnius: Eugrimas.
37. Buhalterinės apskaitos įstatymas. Prieiga per internetą:

<https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalActEditions/lt/TAD/TAIS.154657>

1. Kasos aparatų naudojimo taisyklės. Prieiga per internetą:

<https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/ef8250629c3711e9aab6d8dd69c6da66>

1. Skaitmeninio turinio ženklinimo žinynas ir įrankiai. Prieiga per internetą: <https://cc.lnb.lt/><http://www.vvtat.lt/data/public/uploads/2019/02/reklamoskodeksas.pdf>
2. Tarptautiniai apskaitos standartai. Prieiga per internetą: http//www.apskaitosinstitutas.lt
3. Valstybinė maisto ir veterinarijos tarnyba. Prieiga per internetą: <https://vmvt.lt/>
4. Verslo apskaitos standartai. Prieiga per internetą:

<http://www.avnt.lt/veiklos-sritys/apskaita/verslo-apskaitos-standartai/metodines-rekomendacijos/>

1. Verslo apskaitos standartai. Prieiga per internetą:

<https://finmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/apskaita-ir-atskaitomybe/verslo-subjektu-apskaita-ir-finansine-atskaitomybe/verslo-apskaitos-standartai>