



Санкт-Петербургское государственное автономное профессиональное образовательное
учреждение “Колледж туризма и прикладных технологий”
Ресурсный центр

Городская научно-практическая конференция

«Сетевое взаимодействие как фактор повышения потенциала и качества профессионального образования»

Образование

Ученик

Преподаватель

Мотивация

ПК

Практико - ориентированные
задания в виде кейс-ситуаций,
как способ повышения
мотивации студентов к обучению
специалистов сферы торговли

Преподаватель
Трубенева Т.Г.

Санкт-Петербург
апрель 2025

Значение кейс-метода

- Плюсы

- Ориентирован на формирование умений и навыков
- Сотворчество педагога и обучающегося
- Легко планируются и проводятся практические занятия
- На занятиях с использованием кейс-метода зрителей нет, участвуют все

- Минус

- Надо расшевелить студентов

Дисциплины и МДК

- МДК 03.01 Управление персоналом
- МДК 02.03 Маркетинг
- Менеджмент
- Организация торговли
- МДК 04 Продажи продовольственных товаров
- МДК 02.01. Технология маркетинговых исследований



Маркетинг

Ситуация на рынке продажи электроники и бытовой техники

- «М.Видео» выкупила «Эльдорадо» в марте 2018 года за 45,5 млрд руб. Покупка была осуществлена на собственные средства и с применением кредита ВТБ «Тянуть два бренда исходно выглядело странным решением», — считает один из топ-менеджеров крупного ритейлера. По его словам, группе стоило сразу объединить сети. Раньше две сети отвечали за разные сегменты, объясняет гендиректор «Infoline-Аналитики» Михаил Бурмистров: «"Эльдорадо" больше акцентировала внимание на бюджетной технике, а "М.Видео" — на высоком ценовом сегменте. Однако на 2023 года бренды не объединены.
- Группа М.Видео-Эльдорадо опирается на два ведущих розничных бренда – М.Видео и Эльдорадо, каждый из которых имеет стопроцентную узнаваемость среди российской аудитории. Группа насчитывает более 1200 магазинов в 370 городах по всей России, от Калининградской области до Камчатки.
- Группа «М.Видео – Эльдорадо» стала безусловным лидером рынка с долей 25,6% по чистому обороту и одним из 10 крупнейших публичных ритейлеров мира в сегменте бытовой техники и электроники по показателям выручки и операционной рентабельности.
- Стратегия двух брендов обеспечивает доступ к максимально широкой аудитории покупателей, а также гибкость к изменениям рыночных трендов и эффективность развития розничной сети. Для обоих брендов управление онлайн-инфраструктурой и сетью магазинов обеспечивается единой ИТ-системой и объединённым бэк-офисом.
 1. С чем было связано объединение в 2018 году (сделайте анализ рынка на тот момент)
 2. Какую стратегию продемонстрировала фирма «М.Видео»
 3. Предложите стратегию продвижения компании на рынке

Менеджмент

- **Уникальный специалист**

На предприятии работает по-настоящему уникальный специалист – Фёдор Иванов. Он слесарь-универсал. Москва хоть и большой город, а с трудом можно найти 5–6 человек равных ему по мастерству. А самое неприятное заключается в том, что Иванов прекрасно знает о своей уникальности и незаменимости и без зазрения совести вьёт верёвки из руководства предприятия. Зарботная плата у него высокая, в этом плане он всем доволен и никаких требований не предъявляет. Однако в любой момент Иванов может выкинуть фортель – не выйти на работу и подставить руководство предприятия. Например, он может позвонить генеральному директору и заявить: «Ко мне свояк приехал, так что я на две недели уезжаю с ним порыбачить». И цех тоже встаёт на две недели, потому что заменить Иванова некем. Производство стоит, рабочие отдыхают, предприятие теряет деньги. И все из-за распушенности одного человека. Причём уволить его невозможно – второго такого специалиста не найти.

Вопросы для работы с кейсом

1. Какие потребности, в соответствии с пирамидой Маслоу, стоят на первом месте для Фёдора Иванова?
2. Что делать руководителю? Как мотивировать работника, чтобы он не «чудил»?
3. Как вы думаете, действительно ли такого работника невозможно заменить? Так ли ценен он для предприятия?
4. Как руководителю правильно выстроить отношения с подчинённым?

Управление персоналом

- Дмитрий перешёл два года назад в инвестиционную компанию. При переходе его зарплата была в два раза выше, чем на прежнем месте работы. Руководитель финансового отдела, где он работал в качестве финансового аналитика, был им вполне доволен. По результатам ежегодной оценки по итогам за первый год работы Дмитрий получил оценку «хорошо», а за последний год работы его оценка была даже «отлично». Работа была интересной. Он не поднимал вопрос о повышении зарплаты, хотя понимал, что по истечении двух лет успешной работы он мог бы рассчитывать на прибавку к заработку. В следующем полугодии он решил поговорить об этом с руководителем отдела.
- Вскоре в отдел пришёл новый сотрудник Станислав (на такую же должность, что занимал и Дмитрий), он показался толковым сотрудником. Однако в первое время ему поручали менее ответственную и серьёзную работу, чем Дмитрию. Дмитрию часто приходилось подключаться к проектам Станислава на этапах завершения. Но оставались и свои проекты, работы стало больше, он часто стал поздно задерживаться на работе.
- Однако Дмитрия возмутила информация о том, что Станислав принят на работу с зарплатой на 25% выше, чем его собственная зарплата. Когда Дмитрий обратился с вопросом об оплате к руководителю отдела и несправедливости уровня оплаты опытного сотрудника и мало подготовленного, руководитель ответил, что для этого были внешние весомые обстоятельства объективного характера, которые вынуждают иногда организацию принимать такого рода несправедливые решения.
- Хотя Дмитрию было трудно расставаться с компанией, он написал заявление об уходе из компании по собственному желанию.

Вопросы

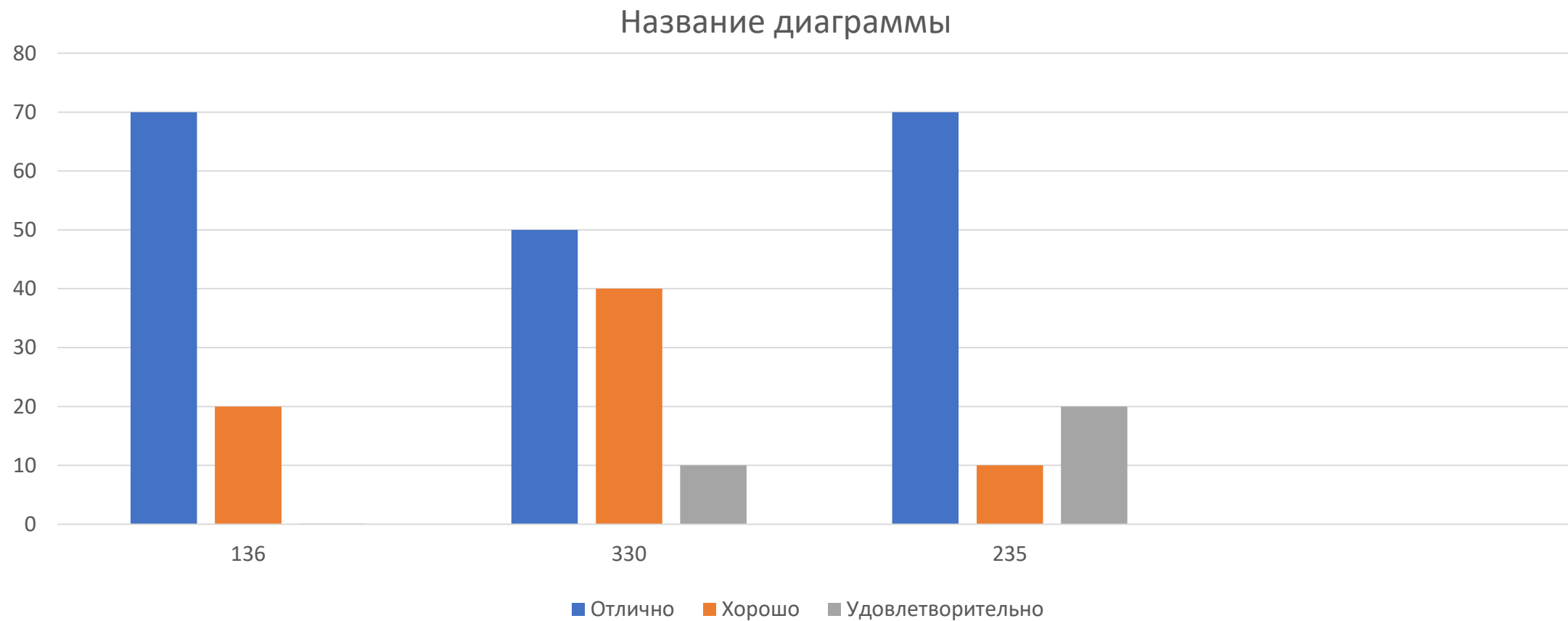
1. Опишите ситуацию с точки мотивации труда.
2. Как такая кадровая политика фирмы может повлиять на её дальнейшую деятельность?
3. Как оценка результатов труда специалистов может помочь руководителю подойти справедливее к оплате труда?
4. Можно ли посоветовать Дмитрию другую линию поведения?

Результаты

- Повышение мотивации
- Повышение интереса
- Повышение успеваемости
- Повышение посещаемости
- Практико-заинтересованность



Результаты решение кейс-ситуаций в группах





**Спасибо за
внимание!**