

Technikum Nr 2 im. gen. Mieczysława Smorawińskiego w Zespole Szkół
Ekonomicznych w Kaliszu

Wymagania edukacyjne niezbędne do uzyskania poszczególnych śródrocznych i rocznych ocen
klasyfikacyjnych z obowiązkowych zajęć edukacyjnych (kształcenie zawodowe).

Przedmiot: **Ekonomika handlu**

kl. II

Zakres: Podstawowy

Prowadzenie przedsiębiorstwa handlowego				
ocena dopuszczająca	ocena dostateczna	ocena dobra	ocena bardzo dobra	ocena celująca
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zna definicję handlu, ➤ Definiuje pojęcie handlu detalicznego, handlu hurtowego, sprzedaż elektroniczna, ➤ Definiuje terminy: sklep, punkt sprzedaży detalicznej, sieć handlowy, ➤ Definiuje pojęcia: handel, potrzeba, oferta, ➤ Definiuje pojęcia: sprzedaż, etyka, zachowanie etyczne, zasady etyczne, tajemnica zawodowa, kultura 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wymienia kierunki działania handlu, ➤ Wymienia kilka zadań handlu detalicznego i hurtowego, ➤ Wie co obejmują punkty sprzedaży detalicznej, ➤ Wymienia rodzaje potrzeb, ➤ Podaje pokrewne (różne) określenia sprzedaży, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ dokonuje klasyfikacji usług handlu, ➤ wymienia funkcje handlu hurtowego, ➤ omawia punkty sprzedaży detalicznej podając przykłady, ➤ dokonuje klasyfikacji potrzeb na podstawie Piramidy Masłowa, ➤ wymienia podstawowe obowiązki sprzedawcy i je omawia, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ dokonuje klasyfikacji handlu, omawia go, zna znaczenie działalności handlowej, ➤ dokonuje charakterystyki handlu hurtowego i detalicznego, ➤ charakteryzuje sieć handlową na przykładzie dowolnej sieci sklepów, która funkcjonuje w jego miejscowości, ➤ charakteryzuje poszczególne rodzaje potrzeb podając własne przykłady, ➤ charakteryzuje cechy zawodu sprzedawcy, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dokonuje oceny efek. gospodarowania przedsię. handlowego na podstawie obliczonych wskaźników, rozpoznaje strukturę klasyfikacji Polskiej Klasyfikacji działalności, Europejskiej, Polskiej Klasyfikacji Wyrobów i Usług, ➤ Rozróżnia sprzedaż krajową, oraz eksport i import towarów, ➤ Wymienia sieci sklepów funkcjonujące w jego miejscowości dokonując wnikliwej analizy, ➤ Wyjaśnia w jakim stopniu klienci zaspokajają potrzeby w jego sklepie

<p>obsługi, motyw,</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wyjaśnia kim jest klient, ➤ Definiuje pojęcie sprzedaży, ➤ Wyjaśnia czym jest rozmowa sprzedażowa, ➤ Definiuje terminy: stres pozytywny, stres negatywny, stresory, ➤ Definiuje pojęcie organizacji pracy, ➤ Definiuje : miejsce pracy sprzedawcy (indywidualne i grupowe), 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wymienia podstawowe obowiązki klienta, ➤ Wie czym jest etyka zawodowa, kultura obsługi, ➤ Wie jakich argumentów należy użyć podczas rozmowy sprzedażowej, ➤ Wyjaśnia zależności pomiędzy stresem pozytywnym, a negatywnym, ➤ Wymienia poszczególne zasady organizacji pracy, ➤ Wie jakie wymagania z zakresu BHP m spełniać sprzedawca 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ dokonuje klasyfikacji klienta ze względu na typ osobowościowy, ➤ zna zasady organizacji pracy podczas obsługi klienta, ➤ Wyjaśnia jak powinna być przeprowadzona rozmowa sprzedażowa, ➤ Wymienia kilka czynników powodujących stres w handlu, ➤ Omawia zasady organizacji pracy, ➤ Wyjaśnia wymagania z zakresu BHP, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ charakteryzuje poszczególne typy klientów, ➤ wie co decyduje o kulturze obsługi, ➤ przeprowadza rozmowę sprzedażową z różnym typem klienta, ➤ omawia czynniki powodujące stres (stresory), ➤ dokonuje podziału komórek organizacyjnych ze względu na charakter wykonywanej pracy, ➤ wyjaśnia jakie predyspozycje zawodowe wymagane są dla zawodu sprzedawcy, 	<p>osiedlowym,</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wyjaśnia powody sukcesów i niepowodzeń sprzedawców, ➤ Szeroko omawia na czym polega standard obsługi klienta na podanym przykładzie, ➤ Wyjaśnia na czym polega profesjonalizm sprzedaży, ➤ Wie jak się zachować w sytuacjach konfliktowych prowadząc rozmowę sprzedażową, ➤ Podaje sposoby (przykłady) pozwalające zmniejszyć stres, ➤ Opracowuje strukturę organizacyjną sklepu, ➤ Wyjaśnia na czym polega etyka zawodowa w pracy sprzedawcy,
--	---	---	--	--

<p>Stanowisko pracy sprzedawcy,</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wyjaśnia kim jest kasjer, ➤ Definiuje pojęcia: marketing, marketing mix, segmentacja rynku, ➤ Wyjaśnia terminy: promocja , reklama, etyka w reklamie, ➤ Definiuje termin: public relations, aktywizacja sprzedaży, tożsamość przedsiębiorstwa ➤ Wyjaśnia czym jest opakowanie, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wymienia cechy dobrego kasjera, ➤ Wymienia elementy marketingu mix, wyjaśnia czym jest segmentacja, ➤ Wymienia narzędzia promocji, ➤ Określa cel public relations i zadania aktywizacji sprzedaży, ➤ Rozróżnia rodzaje opakowań ze względu na różne kryteria, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wyjaśnia zakres czynności kasjera, ➤ Omawia elementy marketingu mix, ➤ Charakteryzuje poszczególne narzędzia promocji, ➤ Wymienia dwie strategie aktywizacji sprzedaży, ➤ Wymienia cechy dobrego opakowania, wymienia funkcje opakowań, dokonuje klasyfikacji ze względu an podane kryterium, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Opisuje zadania (czynności) kasjera, ➤ Zna schemat przebiegu kampanii promocyjnej, ➤ Wymienia cele i funkcje reklamy, dokonuje klasyfikacji reklamy ze względu na podane kryterium, ➤ Opisuje strategie aktywizacji sprzedaży, ➤ Charakteryzuje poszczególne funkcje opakowań, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Opisuje wady i zalety pracy kasjera, ➤ Wie jakie kryteria są stosowane w badaniach marketingowych zmierzających do wyodrębnienia segmentów, ➤ Wyjaśnia , które spośród omówionych instrumentów oddziałują na niego , ➤ Wyjaśnia , który przedsiębiorca lokalny dobrze kształtuje swój wizerunek, ➤ Wyjaśnia co zalicza się do odpadów opakowaniowych,
--	---	---	--	---

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wyjaśnia definicję reklamy, bezpośredniej reklamy sklepowej, merchandising, ➤ Definiuje termin: agencje reklamowe, badania marketingowe, ➤ Wyjaśnia definicję: produktu, ceny, dystrybucji , cyklu życia produktu, logistyki, ➤ Wyjaśnia czym jest oferta handlowa, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wymienia podstawowe formy reklamy, ➤ Wymienia rodzaje agencji reklamowych, ➤ Wymienia etapy cyklu życia produktu (fazy), elementy strategii produktu, wymienia strategię dystrybucji, ➤ Podaje przykład oferty handlowej, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wie od czego zależy skuteczność reklamy, ➤ Wyjaśnia zadania agencji reklamowych i badań marketingowych, ➤ Omawia cykl życia produktu, ➤ Wymienia elementy oferty, ➤ Zna formy zapłaty za 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wie co jest głównym celem bezpośredniej reklamy sklepowej, ➤ Wymienia znane na świecie agencje reklamowe, ➤ Wie czym różnią się poszczególne fazy cyklu życia produktu, ➤ Opisuje elementy oferty, ➤ Omawia formy zapłaty za 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wymienia formy reklamy najczęściej wykorzystywane w miejscu sprzedaży, ➤ Na podstawie kilku firm po zapoznaniu się z ich logotypami , potrafi określić co potrzebują odbiorcy, klienci, ➤ Podaje przykład kilku produktów, które zniknęły z rynku w ostatnich 2 latach i wyjaśnia co może być przyczyną spadku ich sprzedaży, ➤ Potrafi zidentyfikować strukturę oferty handlowej i zapytania ofertowego,
--	---	--	--	--

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wyjaśnia pojęcia: rozliczenie gotówkowe, rozliczenie bezgotówkowe, akredytywa, sprzedaż ratalna, ➤ Wyjaśnia czym jest sprzedaż ratalna, ➤ Wyjaśnia czym jest punkt sprzedaży detalicznej, sklep, wnętrze sklepu, ➤ Wyjaśnia pojęcia: paragon, rachunek, faktura VAT, faktura korygująca itp. ➤ Wyjaśnia czym jest podatek, akcyza, ➤ Wyjaśnia czym jest 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zna formy regulowania należności, ➤ Wymienia zadania sprzedawcy podczas prowadzenia sprzedaży ratalnej, ➤ Wie jak dzielimy sklepy ze względu na kryterium wielkości powierzchni sprzedażowej ➤ Zna zasady sporządzania dokumentów, ➤ Dokonuje klasyfikacji podatków, 	<p>towar,</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zna i omawia dokumenty zabezpieczające spłatę kredytu, ➤ Wie co należy wziąć pod uwagę przy planowaniu rozkładu pomieszczeń składowych wnętrza sklepu, ➤ Wymienia podstawowe dokumenty stosowane w obrocie towarowym, ➤ Wie co podlega podatkowi akcyzowemu, ➤ Wie czym jest kalkulacja, 	<p>towar,</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zna regulację prawną dotyczącą sprzedaży ratalnej, ➤ Wymienia najczęściej spotykane w handlu branże, ➤ Charakteryzuje poszczególne dokumenty stosowane w obrocie towarowym, ➤ Wie jakim rodzajem podatku jest podatek akcyzowy, uzasadnia swą odpowiedź, ➤ Wie na czym polega 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Przedstawia wady i zalety form zapłaty za towar, ➤ Potrafi sporządzić umowę ratalną, ➤ Aranżuje wnętrze sklepu omawiając na dowolnym przykładzie, ➤ Potrafi opracować algorytm postępowania przy przyjmowaniu dostaw towarów, ➤ Zna przepisy prawne dotyczące podatku VAT i akcyzy,
--	--	--	---	---

<p>towar, mierzenie towarów, odważanie towaru, pakowanie towaru, towaru,</p>	<p>➤ We czym jest szacowanie,</p>		<p>organizacja rozliczenia utargu, inkaso należności za pomocą terminala POS,</p>	<p>➤ Wie jakie opłaty za zastosowanie terminalu POS i korzystanie z nich ponoszą właściciele sklepów,</p>
<p>Ochrona praw konsumenta</p>				
<p>➤ Definiuje pojęcia: sprzedawca, konsument, towar niepełnowartościowy, reklamacja, niezgodność towaru z umową kupna –</p>	<p>➤ Zna warunki reklamacji artykułów żywnościowych,</p>	<p>➤ Zna obowiązki sprzedawcy podczas zawierania umowy sprzedaży,</p>	<p>➤ Sporządza umowę kupna – sprzedaży,</p>	<p>➤ Zna przepisy dotyczące warunków sprzedaży zawarte w Kodeksie cywilnym,</p>

<p>sprzedazy,</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wyjaśnia znaczenie terminów: towar, wady , niezgodność towaru z umową, ➤ Wyjaśnia pojęcie reklamacji, ➤ Wyjaśnia termin: gwarancja jakości , gwarant, ➤ Wyjaśnia termin : Federacja konsumentów, ➤ Wyjaśnia pojęcie ergonomii pracy sprzedawcy, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wie , co powinien określać dokument gwarancyjny, ➤ Wie co należy do zadań Federacji konsumentów ➤ Zna przepisy prawne dotyczące BHP zawarte w Kodeksie pracy, ➤ Wyjaśnia zakres działań Federacji Konsumentów, ➤ Wyjaśnia co należy do celów ergonomii, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Rozróżnia wady towarów(jawne , ukryte, ujawnione podczas demonstracji towarów itp.), ➤ Zna prawa i obowiązki nabywcy w zgłaszaniu reklamacji towaru, ➤ Wie jakie informacje powinna zawierać karta gwarancyjna, ➤ Wymienia instytucje upoważnione do kontroli sklepów, ➤ Wyjaśnia co zalecają zasady ergonomii, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wyjaśnia kiedy towar jest niezgodny z umową, ➤ Zna termin dochodzenia roszczeń odnośnie reklamacji, ➤ Wyjaśnia zakres działania gwaranta, ➤ Charakteryzuje poszczególne instytucje, ➤ Zna główne obciążenia w pracy sprzedawcy, 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wymienia rodzaje występujących wad w towarach na podanym przykładzie, ➤ Sporządza protokół reklamacji, ➤ Wymienia obowiązki sprzedawcy w przypadku gdy gwarancji udziela sprzedawca, ➤ Omawia zakres działania wszystkich instytucji do kontroli sklepów, ➤ Wyjaśnia jak powinno być przygotowane stanowisko pracy , aby było przygotowane zgodnie z zasadami ergonomii,
---	---	--	---	--

--	--	--	--	--