

# 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.

Przedmiot: Ekonomia

Klasa: III

<b>ISTOTA MARKETINGU</b>				
ocena dopuszczająca	ocena dostateczna	ocena dobra	ocena bardzo dobra	ocena celująca

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zna istotę marketingu</li> <li>➤ wyjaśnia pojęcie segmentacji rynku</li> <li>➤ wymienia elementy analizy SWOT</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ podaje definicję marketingu i marketingu mix</li> <li>➤ wymienia elementy marketingu mix</li> <li>➤ podaje techniki badań marketingowych</li> <li>➤ dokonuje podziału nabywców ze względu na różne kryteria</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ dokonuje segmentacji rynku dla dowolnego produktu</li> <li>➤ przy pomocy nauczyciela sporządza analizę SWOT</li> <li>➤ wie, jak skonstruować kwestionariusz ankietowy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ przedstawia miejsce marketingu w procesie gospodarczym</li> <li>➤ omawia wady i zalety badań marketingowych</li> <li>➤ omawia poszczególne kryteria segmentacji rynku</li> <li>➤ analizuje motyw postępowania konsumentów na rynku</li> <li>➤ samodzielnie przeprowadza analizę SWOT</li> <li>➤ określa, co uwzględnić organizacja marketingu w przedsiębiorstwie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ analizuje marketing mix</li> <li>➤ analizuje kryteria segmentacji rynku</li> <li>➤ ocenia przedsiębiorców działających na lokalnym rynku pod kątem ich segmentacji</li> </ul>
<b>DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z PRODUKTEM</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ klasyfikuje produkty</li> <li>➤ podaje pojęcie cyklu życia produktu</li> <li>➤ definiuje asortyment i zna jego podział</li> <li>➤ podaje przykładowe marki przedsiębiorstwa i produktów</li> <li>➤ wymienia funkcje opakowań</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ wymienia etapy cyklu życia produktu</li> <li>➤ podaje przykłady różnego rodzaju asortymentu</li> <li>➤ wyjaśnia, czym jest marka i podaje jakie są jej rodzaje</li> <li>➤ wyjaśnia, na czym polega znakowanie produktów kodami kreskowymi</li> <li>➤ podaje przykładowe znaki</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ przedstawia graficznie cykl życia produktu i krótko omawia poszczególne fazy</li> <li>➤ omawia kryteria doboru asortymentu</li> <li>➤ dokonuje podziału opakowań według różnych kryteriów</li> <li>➤ rozróżnia znaki na</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ potrafi scharakteryzować cykl życia produktu na podstawie podanego przykładu</li> <li>➤ charakteryzuje poszczególne asortymenty</li> <li>➤ charakteryzuje funkcję opakowań z</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ analizuje etapy cyklu życia produktu</li> <li>➤ uzasadnia, dlaczego marka zapewnia przewagę nad konkurencją</li> <li>➤ potrafi określić czynniki mające negatywny wpływ na jakość</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zna rodzaje magazynów</li> <li>➤ krótko omawia funkcje magazynu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ występujące na towarach</li> <li>➤ przy pomocy nauczyciela wymienia niektóre czynniki wpływające na jakość przechowywanych towarów</li> <li>➤ wymienia zmiany zachodzące w przechowywanych produktach</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ opakowaniach</li> <li>➤ dokonuje podziału magazynów i omawia ich podstawowe wyposażenie</li> <li>➤ rozróżnia przyczyny psucia się towarów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ uwzględnieniem znaków towarowych</li> <li>➤ klasyfikuje magazyny według różnych kryteriów i objaśnia ich funkcje</li> <li>➤ podaje korzyści ze stosowania kodów kreskowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ przechowywanych produktów</li> </ul>
<b>DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z CENĄ</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ definiuje pojęcia: cena popyt, koszty</li> <li>➤ wymienia strategie cenowe</li> <li>➤ wyjaśnia pojęcie negocjacji</li> <li>➤ wymienia cechy dobrego negocjatora</li> <li>➤ definiuje opusty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ rozróżnia ceny brutto i netto</li> <li>➤ wymienia funkcje cen i metody ustalania cen</li> <li>➤ wykonuje proste ćwiczenia polegające na ustaleniu ceny</li> <li>➤ zna narzędzia wykorzystywane w kształtowaniu strategii cen</li> <li>➤ wymienia i omawia rodzaje negocjacji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ omawia formuły kształtowania cen</li> <li>➤ przedstawia strukturę ceny</li> <li>➤ podaje rodzaje cen w zależności od szczebla obrotu towarowego</li> <li>➤ oblicza cenę detaliczną</li> <li>➤ analizuje cechy dobrego negocjatora</li> <li>➤ przedstawia argumenty negocjacyjne w warunkach symulowanych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ potrafi wyjaśnić istotę polityki cen w przedsiębiorstwie</li> <li>➤ charakteryzuje i rozróżnia funkcje cen</li> <li>➤ rozróżnia metody ustalania cen</li> <li>➤ analizuje ceny wybranych produktów</li> <li>➤ porównuje strategie cenowe</li> <li>➤ wyjaśnia, na czym polega negocjowanie ceny</li> <li>➤ charakteryzuje techniki negocjacji i potrafi zastosować je w</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ uzasadnia, co należy brać pod uwagę w polityce cen</li> <li>➤ dokonuje bardziej skomplikowanych obliczeń mających na celu ustalenie ceny</li> <li>➤ dokładnie charakteryzuje narzędzia wykorzystywane w strategii cen</li> <li>➤ wyjaśnia, od czego uzależnione jest inicjowanie zmiany ceny</li> <li>➤ prowadzi negocjacje</li> </ul>

			praktyce	w celu ustalenia ceny
<b>DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z PROMOCJĄ</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ wyjaśnia pojęcie: promocja</li> <li>➤ podaje cele reklamy</li> <li>➤ omawia jeden wybrany przez siebie rodzaj reklamy</li> <li>➤ definiuje: sprzedaż osobista, promocja bezpośrednia, promocja</li> <li>➤ definiuje: public relations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ wymienia funkcje reklamy i podaje przykłady spotów reklamowych w TV</li> <li>➤ z pomocą nauczyciela przygotowuje reklamę dowolnego produktu</li> <li>➤ wymienia rodzaje nośników reklamy</li> <li>➤ podaje kwalifikacje i umiejętności sprzedawcy</li> <li>➤ porównuje sprzedaż osobistą i promocję sprzedaży</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ charakteryzuje promocję i jej funkcje</li> <li>➤ podaje środki przekazu</li> <li>➤ prezentuje i omawia bodźce materialne promocji sprzedaży</li> <li>➤ rozróżnia rodzaje sprzedaży osobistej</li> <li>➤ potrafi omówić znaczenie promocji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ analizuje poszczególne elementy promocji</li> <li>➤ analizuje strategię kampanii reklamowej</li> <li>➤ przedstawia środki public relations</li> <li>➤ potrafi wskazać korzyści wynikające z wyboru odpowiedniego nośnika reklamy</li> <li>➤ analizuje wpływ reklamy na konsumenta</li> <li>➤ opracowuje kampanię public relations</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ analizuje rolę i znaczenie reklamy, jako najpopularniejszej formy promocji</li> <li>➤ samodzielnie przygotowuje reklamy dowolnego produktu</li> <li>➤ potrafi dokonać oceny i analizy przygotowanych reklam</li> </ul>
<b>DZIAŁANIA ZWIĄZANE Z DYSTYBUCJĄ</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ definiuje: dystrybucja</li> <li>➤ wymienia rodzaje dystrybucji</li> <li>➤ definiuje: konflikt, franchising</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ wymienia funkcje dystrybucji</li> <li>➤ podaje przykładowe kanały dystrybucji</li> <li>➤ omawia systemy dystrybucji</li> <li>➤ wymienia pośredników sprzedaży produktów</li> <li>➤ podaje przykładowe źródła konfliktów</li> <li>➤ podaje przykłady franszyzy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ rozróżnia kanały dystrybucji i podaje ich przykłady</li> <li>➤ dobiera system dystrybucji do konkretnego produktu</li> <li>➤ podaje przykładowe sposoby rozwiązywania konfliktów</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ charakteryzuje rolę dystrybucji w strategii przedsiębiorstwa</li> <li>➤ rozróżnia funkcje dystrybucji</li> <li>➤ analizuje przesłanki decydujące o wyborze kanału dystrybucji</li> <li>➤ wyjaśnia, na czym polega franchising</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ uzasadnia, co należy wziąć pod uwagę dokonując wyboru kanału dystrybucji</li> <li>➤ charakteryzuje i analizuje źródła konfliktów</li> <li>➤ potrafi uzasadnić znaczenie i korzyści wynikające z działalności firm</li> </ul>

	we własnym środowisku			franchisingowych
<b>POWTÓRZENIE WIADOMOŚCI DO EGZAMINU W ZAKRESIE KWALIFIKACJI A.35.</b>				
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zna różne przedsiębiorstwa i instytucje</li> <li>➤ definiuje: koszty</li> <li>➤ zna wskaźniki dotyczące zużycia materiałów</li> <li>➤ klasyfikuje zapasy</li> <li>➤ wymienia funkcje i czynniki kształtujące płace</li> <li>➤ definiuje: planowanie</li> <li>➤ wymienia elementy aktywów trwałych i obrotowych</li> <li>➤ definiuje: wynik finansowy</li> <li>➤ podaje przykładowe wskaźniki analizy ekonomicznej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ rozróżnia działalność przedsiębiorstw i instytucji</li> <li>➤ zna układy kosztów</li> <li>➤ wylicza koszt jednostkowy na prostym przykładzie</li> <li>➤ wie, jak ustalić zapotrzebowanie na materiały</li> <li>➤ dokonuje normowania zapasów</li> <li>➤ zna sposoby wynagradzania pracowników i wskaźniki zatrudnienia</li> <li>➤ zna zasady i metody planowania</li> <li>➤ odróżnia planowanie rzeczowe i finansowe</li> <li>➤ zna schemat ustalania wyniku finansowego</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ charakteryzuje różne rodzaje działalności</li> <li>➤ wylicza koszty</li> <li>➤ zna wzory służące do ustalenia zużycia materiałowego oraz rotacji</li> <li>➤ omawia różne systemy płac</li> <li>➤ dokonuje prostych obliczeń planistycznych</li> <li>➤ ustala wynik finansowy</li> <li>➤ oblicza wybrane wskaźniki analityczne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zna przedsiębiorstwa i instytucje działające na terenie Kalisza</li> <li>➤ odróżnia koszty w różnych układach</li> <li>➤ dokonuje kalkulacji kosztów</li> <li>➤ oblicza i interpretuje wskaźniki dotyczące zużycia materiałowego</li> <li>➤ oblicza i interpretuje wskaźniki rotacji</li> <li>➤ oblicza wynagrodzenia w różnych systemach płac</li> <li>➤ opracowuje plan rzeczowy i finansowy</li> <li>➤ oblicza i interpretuje strukturę, amortyzację</li> <li>➤ z pomocą nauczyciela dokonuje interpretacji wskaźników analizy ekonomicznej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ analizuje działalność różnych przedsiębiorstw i instytucji na terenie Kalisza</li> <li>➤ dokładnie charakteryzuje różne układy kosztów</li> <li>➤ przeprowadza samodzielnie kalkulacje kosztu jednostkowego i sporządza analizę opisową</li> <li>➤ analizuje i porównuje wskaźniki rotacji</li> <li>➤ uzasadnia konieczność stosowania różnych systemów płac</li> <li>➤ analizuje dane planu rzeczowego i finansowego</li> <li>➤ dokonuje analizy wyniku finansowego</li> <li>➤ analizuje i interpretuje wskaźniki działalności</li> </ul>

				gospodarczej
--	--	--	--	--------------