

Technikum w Zespole Szkół
im. Armii Krajowej
Obwodu "Głuszczyk" - Grójec
w Grójcu

Wymagania edukacyjne
na poszczególne oceny szkolne z przedmiotu:
Pracownia biznesplanu

I. Podstawa prawna

1. Ustawa z dnia 7 września 1991 r. o systemie oświaty (tekst jednolity: Dz.U. z 2024 r., poz. 750) - Rozdział 3a
2. Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe (Dz.U.2023 poz.900)
3. Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 22 lutego 2019 r. w sprawie oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy w szkołach publicznych (tekst jedn.: Dz.U. z 2023 r., poz. 2572)
4. Statut Technikum w Zespole Szkół im. Armii Krajowej Obwodu "Głuszczyk" - Grójec w Grójcu.
5. Program nauczania dla zawodu Technik Ekonomista 331403

II. Kwalifikacje wyodrębnione w zawodzie:

EKA.04.6. Sporządzanie biznesplanu

Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji
Uczeń:	Uczeń:
1) organizuje proces planowania	1) wymienia funkcje planowania w przedsiębiorstwie 2) identyfikuje zasady planowania 3) rozróżnia metody planowania 4) dobiera metody planowania do obszaru planistycznego 5) klasyfikuje plany według różnych kryteriów 6) rozróżnia części składowe biznesplanu 7) systematyzuje etapy procesu planowania
2) opracowuje analizę strategiczną jednostki organizacyjnej	1) identyfikuje cele analizy strategicznej jednostki organizacyjnej 2) wskazuje mocne i słabe strony jednostki organizacyjnej

	<ul style="list-style-type: none">3) wskazuje szanse i zagrożenia dla jednostki organizacyjnej4) porównuje działalność jednostki organizacyjnej z innymi działającymi w branży5) rozpoznaje fazy cyklu życia produktu6) rozróżnia główne koncepcje strategiczne według macierzy BCG7) wskazuje warianty strategii rozwoju8) identyfikuje strategie pozyskania inwestorów
3) opracowuje strategię marketingową jednostki organizacyjnej	<ul style="list-style-type: none">1) określa rolę informacji marketingowej w zarządzaniu przedsiębiorstwem2) klasyfikuje elementy otoczenia rynkowego3) określa wpływ mikrootoczenia i makrootoczenia na funkcjonowanie jednostki organizacyjnej4) dobiera kryteria segmentacji rynku do cech i potrzeb grupy nabywców5) wybiera rynek docelowy6) formułuje misję i cele marketingowe jednostki organizacyjnej

	<p>7) rozpoznaje zadania planowania marketingowego</p> <p>8) planuje strategię produktu, ceny, dystrybucji, promocji i obsługi klienta</p> <p>9) dobiera działania marketingowe do rodzaju i przedmiotu prowadzonej działalności</p> <p>10) opracowuje budżet marketingowy</p> <p>11) sporządza plan marketingowy</p>
<p>4) sporządza plan techniczny przedsięwzięcia</p>	<p>1) sporządza plan ilościowy produkcji, usług i sprzedaży</p> <p>2) sporządza wykaz zasobów rzeczowych potrzebnych w zależności od rodzaju i przedmiotu prowadzonej działalności</p> <p>3) oblicza nakłady inwestycyjne</p> <p>4) identyfikuje źródła finansowania przedsięwzięcia</p>
<p>5) sporządza plan zatrudnienia i płac</p>	<p>1) sporządza schemat organizacyjny jednostki organizacyjnej</p> <p>2) wskazuje liczbę etatów dla pracowników o określonych kwalifikacjach</p>

	<p>3) sporządza zestawienie płac</p> <p>4) ustala zapotrzebowanie na zasoby ludzkie na podstawie struktury organizacyjnej jednostki organizacyjnej i planowanych zadań</p> <p>5) szacuje kwotę na wynagrodzenia</p>
6) sporządza plan finansowy działalności	1) szacuje nakłady finansowe niezbędne do realizacji przedsięwzięcia

	<p>2) wskazuje źródła finansowania planowanej działalności</p> <p>3) sporządza zestawienie kwotowe zasobów rzeczowych i źródeł finansowania</p> <p>4) oblicza koszty planowanej działalności</p> <p>5) oblicza przychody z planowanej działalności</p> <p>6) sporządza zestawienie kwotowe planowanych kosztów i przychodów</p> <p>7) oblicza planowany dochód</p> <p>8) oblicza próg rentowności</p> <p>9) ocenia opłacalność przedsięwzięcia</p>
--	--

III. Wymagania na poszczególne oceny:

uczeń na ocenę wyższą opanował materiał na ocenę niższą i na ocenę wymaganą

Efekt kształcenia	Ocena dopuszczająca (2)	Ocena dostateczna (3)	Ocena dobra (4)	Ocena bardzo dobra (5)	Ocena celująca (6)
1) Organizuje proces planowania w przedsiębiorstwie	Uczeń wymienia podstawowe funkcje planowania	Uczeń wymienia funkcje planowania, rozróżnia metody planowania, klasyfikuje plany	Uczeń identyfikuje zasady planowania, dobiera metody planowania do obszaru planistycznego,	Uczeń rozróżnia części składowe biznesplanu i potrafi zastosować odpowiednie metody planowania do	Uczeń samodzielnie opracowuje kompleksowy plan działań, wykorzystując różnorodne metody planowania i dostosowując je do specyfiki

		według różnych kryteriów	systematyzuje etapy procesu planowania	konkretnych obszarów działalności przedsiębiorstwa	konkretnego przedsiębiorstwa
2) Opracowuje analizę strategiczną jednostki organizacyjnej	Uczeń potrafi wskazać kilka mocnych lub słabych stron jednostki	Uczeń identyfikuje cele analizy strategicznej, wskazuje mocne i słabe strony jednostki	Uczeń rozpoznaje fazy cyklu życia produktu, wskazuje szanse i zagrożenia dla jednostki oraz porównuje działalność jednostki z innymi w branży	Uczeń rozróżnia główne koncepcje strategiczne według macierzy BCG, wskazuje warianty strategii rozwoju, identyfikuje strategie pozyskania inwestorów	Uczeń przygotowuje szczegółową analizę strategiczną, stosując zaawansowane narzędzia analizy, jak SWOT, PEST, oraz opracowuje propozycje działań strategicznych na podstawie wyników tej analizy
3) Opracowuje strategię marketingową jednostki organizacyjnej	Uczeń rozpoznaje podstawowe elementy otoczenia rynkowego	Uczeń określa rolę informacji marketingowej, klasyfikuje elementy otoczenia rynkowego, określa wpływ mikrootoczenia i makrootoczenia	Uczeń dobiera kryteria segmentacji rynku, wybiera rynek docelowy, formułuje misję i cele marketingowe, rozpoznaje zadania planowania marketingowego	Uczeń planuje strategię produktu, ceny, dystrybucji, promocji i obsługi klienta, dobiera działania marketingowe do rodzaju działalności, opracowuje budżet marketingowy, sporządza plan marketingowy	Uczeń opracowuje kompleksową strategię marketingową, integrując różne elementy działań marketingowych i oceniając ich skuteczność na podstawie zaawansowanych metod analizy rynku i wyników finansowych
4) Sporządza plan techniczny przedsięwzięcia	Uczeń sporządza podstawowy plan ilościowy produkcji lub sprzedaży	Uczeń sporządza plan ilościowy produkcji, usług i sprzedaży, sporządza wykaz zasobów rzeczowych potrzebnych w zależności od rodzaju działalności	Uczeń oblicza nakłady inwestycyjne, identyfikuje źródła finansowania przedsięwzięcia	Uczeń sporządza kompleksowy plan techniczny przedsięwzięcia, uwzględniając szczegółowe aspekty organizacyjne i finansowe	Uczeń opracowuje szczegółowy plan techniczny, zawierający zaawansowane prognozy produkcji i sprzedaży, optymalizuje zasoby rzeczowe i analizuje różne scenariusze finansowe
5) Sporządza plan	Uczeń sporządza	Uczeń sporządza	Uczeń sporządza	Uczeń szacuje kwotę na	Uczeń samodzielnie projektuje

zatrudnienia i płac	prosty schemat organizacyjny jednostki	schemat organizacyjny jednostki, wskazuje liczbę etatów dla pracowników o określonych kwalifikacjach	zestawienie płac, ustala zapotrzebowanie na zasoby ludzkie na podstawie struktury organizacyjnej jednostki	wynagrodzenia oraz sporządza kompleksowy plan zatrudnienia i płac, uwzględniający wszystkie koszty i potrzeby kadrowe	pełny plan zatrudnienia i płac, z uwzględnieniem przyszłych zmian kadrowych, szkoleniowych oraz rozwoju jednostki, wraz z analizą kosztów długoterminowych
6) Sporządza plan finansowy działalności	Uczeń potrafi wskazać podstawowe źródła finansowania	Uczeń szacuje nakłady finansowe, wskazuje źródła finansowania planowanej działalności	Uczeń sporządza zestawienie kwotowe zasobów rzeczowych i źródeł finansowania, oblicza koszty i przychody planowanej działalności	Uczeń oblicza planowany dochód, próg rentowności, ocenia opłacalność przedsięwzięcia, sporządza szczegółowy plan finansowy działalności, uwzględniając wszystkie możliwe zmienne i ryzyka	Uczeń opracowuje pełny plan finansowy, integrując zaawansowane techniki analizy finansowej, przeprowadza symulacje różnych scenariuszy oraz proponuje konkretne działania korygujące w celu optymalizacji opłacalności przedsięwzięcia