

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

Wymagania edukacyjne  
na poszczególne oceny szkolne z przedmiotu:  
**Ekonomika handlu**

## 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 Handlowiec 522305

## KWALIFIKACJA HAN.01 - Prowadzenie sprzedaży

Efekty kształcenia z podstawy programowej	Kryteria weryfikacji z podstawy programowej
UCZEŃ potrafi:	UCZEŃ potrafi:
<ul style="list-style-type: none"><li>• stosować różnorodne formy i techniki sprzedaży towarów w handlu,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- dobrać formę sprzedaży do rodzaju asortymentu, rodzaju placówki handlowej itp.</li><li>- określić techniki sprzedaży stosowane w handlu<ul style="list-style-type: none"><li>• dobrać technikę sprzedaży do posiadanego asortymentu i potrzeb klientów</li></ul></li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>• stosować różnorodne formy i techniki obsługi klienta</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• wykonywać wszystkie czynności związane z pełną lub częściową obsługą klienta</li><li>• przekazać klientowi informacje o sposobach użytkowania kupowanych towarów</li><li>• rozpoznać potrzeby klienta</li><li>• zaprezentować klientowi walory użytkowe sprzedawanego towaru</li><li>• przygotować towar do wydania zgodnie z potrzebami klienta</li><li>• pobrać należność za zakupiony towar</li><li>• wydać klientowi zakupiony towar</li><li>• stosować zasady etyki zawodowej przy obsłudze klienta</li><li>• rozróżnić komunikację werbalną i niewerbalną</li><li>• komunikować się zgodnie z zasadami sprawnej komunikacji i kultury</li><li>• dobrać sposób prowadzenia rozmowy sprzedażowej do typu klienta oraz formy i techniki sprzedaży</li><li>• prowadzić rozmowę sprzedażową dostosowaną do typu klienta</li><li>• przestrzegać ustalonych w przedsiębiorstwie handlowym standardów w kontaktach z klientami</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• stosować ustalone w przedsiębiorstwie handlowym zasady bezpośredniej obsługi klientów</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• stosować procedury postępowania reklamacyjnego,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• wymienić akty prawne regulujące odpowiedzialność sprzedawcy oraz określające uprawnienia kupującego wynikające z zawartej umowy kupna-sprzedaży</li> <li>• wymienić uprawnienia klienta wynikające z rękojmi i z gwarancji</li> <li>• podać czas i zakres odpowiedzialności z tytułu rękojmi</li> <li>• podać przykłady wyłączenia odpowiedzialności sprzedającego i/lub producenta za wady sprzedanych towarów</li> <li>• poinformować klienta o procedurach reklamacyjnych i uprawnieniach klienta</li> <li>• wypełnić dokumenty związane z reklamacją towarów</li> <li>• poinformować klienta o okolicznościach uprawniających do zwrotu towarów</li> <li>• przyjąć zwracane towary</li> <li>• dokonać stosownych rozliczeń z tytułu zwracanych towarów</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• scharakteryzować gospodarkę rynkową,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• opisać cechy gospodarki rynkowej</li> <li>• wyjaśnić zależności ekonomiczne wynikające z prawa Engla</li> <li>• wyjaśnić pojęcia ekonomiczne: popyt, podaż, równowaga rynkowa</li> <li>• wyjaśnić mechanizm rynkowy</li> <li>• opisać powiązania pomiędzy podmiotami funkcjonującymi w gospodarce</li> <li>• wymienić rodzaje przedsiębiorstw handlowych</li> <li>• rozpoznać strukturę klasyfikacji: Polskiej Klasyfikacji oraz Polskiej Klasyfikacji Działalności, Europejskiej Klasyfikacji Działalności Wyrobów i Usług</li> <li>• wyjaśnić czym jest norma</li> <li>• wymienić cele normalizacji krajowej</li> </ul>

## **Klasa 4 - 120 godzin**

### **I. Formy i techniki sprzedaży towarów**

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Rozpoznaje jedną podstawową formę sprzedaży.
  2. Wymienia jedną technikę sprzedaży.
  3. Udziela podstawowych odpowiedzi na pytania dotyczące sprzedaży.
  4. Rozumie znaczenie sprzedaży w handlu.
  5. Wykonuje proste zadania związane z obsługą sprzedaży.
  6. Wymienia przykłady zastosowania technik sprzedaży w praktyce.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Rozpoznaje kilka form sprzedaży, takich jak stacjonarna i online.
  2. Wymienia podstawowe techniki sprzedaży (cross-selling, upselling).
  3. Opisuje podstawowe różnice między formami sprzedaży.
  4. Zna podstawowe pojęcia związane z technikami sprzedaży.
  5. Wymienia cechy efektywnej techniki sprzedaży.
  6. Potrafi w praktyce zastosować podstawową technikę sprzedaży.
- **Ocena dobra (4):**
  1. Szczegółowo opisuje różne formy sprzedaży i ich zalety.
  2. Potrafi wybrać odpowiednią technikę sprzedaży do sytuacji.
  3. Wyjaśnia znaczenie technik sprzedaży w różnych kontekstach handlowych.
  4. Zna zalety i wady różnych form sprzedaży.
  5. Potrafi przeprowadzić analizę efektywności wybranych technik sprzedaży.
  6. Wykazuje zrozumienie zaawansowanych pojęć z zakresu technik sprzedaży.
- **Ocena bardzo dobra (5):**
  1. Analizuje skuteczność różnych form sprzedaży w oparciu o rzeczywiste przypadki.
  2. Ocenia efektywność zastosowanych technik sprzedaży w różnych branżach.
  3. Potrafi zaprojektować strategię sprzedaży dla konkretnego produktu.
  4. Posiada umiejętność krytycznego myślenia w zakresie wyboru technik sprzedaży.
  5. Potrafi zaproponować usprawnienia w stosowanych technikach sprzedaży.
  6. Prezentuje skuteczne rozwiązania sprzedażowe, dostosowane do potrzeb rynku.
- **Ocena celująca (6):**
  1. Tworzy innowacyjne strategie sprzedaży, które przynoszą realne korzyści.
  2. Potrafi przeprowadzić kompleksową analizę form i technik sprzedaży na podstawie case study.
  3. Wprowadza nowe techniki sprzedaży, które poprawiają wyniki firmy.
  4. Publikuje własne wnioski z badań dotyczących efektywności technik sprzedaży.
  5. Doradza firmom w zakresie wyboru optymalnych form sprzedaży.
  6. Kreuje i wdraża nowatorskie rozwiązania w zakresie technik sprzedaży.

### **II. Obsługa posprzedażowa**

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Wymienia podstawowe formy obsługi posprzedażowej.
  2. Zna pojęcia takie jak reklamacja i gwarancja.
  3. Uczestniczy w podstawowych zadaniach związanych z obsługą posprzedażową.
  4. Zna zasady zwrotu towarów.
  5. Potrafi wskazać miejsce, gdzie należy złożyć reklamację.
  6. Opisuje w prostych słowach, na czym polega obsługa posprzedażowa.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Zna procedury reklamacyjne.
  2. Potrafi złożyć podstawową reklamację.
  3. Wymienia elementy obsługi posprzedażowej, takie jak serwis i zwroty.
  4. Zna podstawowe prawa konsumenta w zakresie obsługi posprzedażowej.
  5. Potrafi rozwiązać proste problemy posprzedażowe.
  6. Rozumie rolę obsługi posprzedażowej w budowaniu relacji z klientem.
- **Ocena dobra (4):**
  1. Zna i opisuje procedury reklamacyjne krok po kroku.
  2. Potrafi samodzielnie rozwiązać większość problemów posprzedażowych.
  3. Wykazuje umiejętność pracy z dokumentacją reklamacyjną.
  4. Rozpoznaje potrzeby klientów w zakresie obsługi posprzedażowej.
  5. Potrafi doradzić klientowi w zakresie praw i obowiązków.
  6. Zna różne sposoby obsługi posprzedażowej w zależności od branży.
- **Ocena bardzo dobra (5):**
  1. Analizuje różne przypadki obsługi posprzedażowej i ocenia ich skuteczność.
  2. Proponuje usprawnienia procesów obsługi posprzedażowej.
  3. Potrafi zarządzać całym procesem reklamacyjnym w firmie.
  4. Wykazuje zrozumienie zaawansowanych aspektów obsługi posprzedażowej.
  5. Ocenia i analizuje satysfakcję klientów z obsługi posprzedażowej.
  6. Prezentuje strategie poprawy jakości obsługi posprzedażowej.
- **Ocena celująca (6):**
  1. Tworzy nowatorskie procedury obsługi posprzedażowej.
  2. Wprowadza innowacyjne rozwiązania zwiększające efektywność obsługi posprzedażowej.
  3. Doradza firmom w zakresie optymalizacji obsługi posprzedażowej.
  4. Przeprowadza badania i analizy dotyczące satysfakcji klientów i proponuje zmiany.
  5. Kreuje nowatorskie podejście do obsługi klienta po sprzedaży.
  6. Publikuje wyniki badań dotyczące efektywności obsługi posprzedażowej.

### III. Komunikacja interpersonalna

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Zna podstawowe zasady komunikacji.
  2. Rozumie znaczenie komunikacji w pracy zespołowej.
  3. Potrafi prowadzić prostą rozmowę handlową.
  4. Udziela odpowiedzi na pytania klientów.
  5. Wykazuje podstawowe umiejętności słuchania.
  6. Rozpoznaje podstawowe bariery komunikacyjne.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Wymienia elementy skutecznej komunikacji interpersonalnej.

2. Stosuje podstawowe techniki komunikacyjne w rozmowie.
  3. Zna zasady aktywnego słuchania.
  4. Potrafi przeprowadzić rozmowę handlową na poziomie podstawowym.
  5. Rozumie różnice między komunikacją werbalną i niewerbalną.
  6. Udziela klientowi odpowiedzi zgodnie z zasadami komunikacji handlowej.
- **Ocena dobra (4):**
    1. Potrafi rozpoznać i zareagować na bariery komunikacyjne.
    2. Stosuje techniki aktywnego słuchania w praktyce.
    3. Potrafi przeprowadzić bardziej złożone rozmowy handlowe.
    4. Wyjaśnia zasady efektywnej komunikacji w zespole.
    5. Potrafi prowadzić negocjacje z uwzględnieniem aspektów komunikacyjnych.
    6. Rozpoznaje i koryguje błędy komunikacyjne w trakcie rozmowy.
  - **Ocena bardzo dobra (5):**
    1. Wykorzystuje zaawansowane techniki komunikacji w sprzedaży.
    2. Analizuje przypadki komunikacji interpersonalnej i ocenia ich skuteczność.
    3. Potrafi przeprowadzić rozmowy handlowe w trudnych sytuacjach.
    4. Wykazuje zrozumienie wpływu komunikacji na efektywność pracy zespołu.
    5. Proponuje strategie poprawy komunikacji w zespole.
    6. Ocenia skuteczność różnych stylów komunikacji w praktyce handlowej.
  - **Ocena celująca (6):**
    1. Kreuje i wdraża nowe metody komunikacji w sprzedaży.
    2. Opracowuje własne techniki komunikacji interpersonalnej i testuje ich skuteczność.
    3. Przeprowadza szkolenia z zakresu komunikacji interpersonalnej dla zespołów.
    4. Analizuje i publikuje wyniki badań dotyczące komunikacji w handlu.
    5. Wprowadza nowatorskie rozwiązania w komunikacji w miejscu pracy.
    6. Doradza firmom w zakresie poprawy komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.

## IV. Negocjacje

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Zna podstawowe pojęcia związane z negocjacjami.
  2. Wymienia etapy procesu negocjacji.
  3. Rozumie znaczenie negocjacji w handlu.
  4. Potrafi uczestniczyć w podstawowych negocjacjach.
  5. Zna podstawowe techniki negocjacyjne.
  6. Potrafi przygotować się do prostych negocjacji.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Rozumie i stosuje podstawowe techniki negocjacyjne.
  2. Potrafi rozpoznać różne strategie negocjacyjne.
  3. Wykazuje znajomość etapów negocjacji.
  4. Potrafi przeprowadzić negocjacje na poziomie podstawowym.
  5. Rozumie znaczenie analizy potrzeb drugiej strony w negocjacjach.
  6. Potrafi opracować podstawowy plan negocjacyjny.
- **Ocena dobra (4):**
  1. Stosuje techniki negocjacyjne w praktyce, dostosowując je do sytuacji.
  2. Analizuje i ocenia strategie negocjacyjne stosowane przez drugą stronę.
  3. Potrafi prowadzić negocjacje z uwzględnieniem interesów obu stron.
  4. Rozumie zasady tworzenia wartości w negocjacjach.
  5. Potrafi rozpoznać i unikać typowych błędów negocjacyjnych.

6. Stosuje zaawansowane techniki negocjacyjne w praktyce.
- **Ocena bardzo dobra (5):**
    1. Analizuje przypadki negocjacyjne i proponuje optymalne rozwiązania.
    2. Przeprowadza symulacje negocjacji z zastosowaniem zaawansowanych technik.
    3. Potrafi negocjować w trudnych i konfliktowych sytuacjach.
    4. Ocenia skuteczność różnych technik negocjacyjnych w praktyce.
    5. Proponuje strategie negocjacyjne dostosowane do specyfiki branży.
    6. Kreuje rozwiązania win-win w procesie negocjacji.
  - **Ocena celująca (6):**
    1. Prowadzi negocjacje na poziomie eksperckim, osiągając wyjątkowe wyniki.
    2. Tworzy i wdraża strategie negocjacyjne na poziomie organizacyjnym.
    3. Przeprowadza badania nad efektywnością technik negocjacyjnych.
    4. Publikuje artykuły i raporty dotyczące negocjacji w handlu.
    5. Wdraża innowacyjne podejścia do negocjacji w firmach.
    6. Doradza w zakresie negocjacji międzynarodowych i międzykulturowych.

## V. Charakterystyka gospodarki rynkowej

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Wymienia podstawowe cechy gospodarki rynkowej.
  2. Rozumie znaczenie popytu i podaży.
  3. Potrafi wyjaśnić podstawowe mechanizmy rynkowe.
  4. Rozumie rolę konkurencji w gospodarce rynkowej.
  5. Zna podstawowe pojęcia związane z rynkiem.
  6. Rozumie wpływ cen na rynek.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Potrafi opisać podstawowe cechy gospodarki rynkowej.
  2. Zna podstawowe mechanizmy rynkowe, takie jak popyt i podaż.
  3. Rozumie wpływ konkurencji na rynek.
  4. Potrafi wyjaśnić różnice między gospodarką rynkową a centralnie planowaną.
  5. Zna podstawowe czynniki wpływające na równowagę rynkową.
  6. Potrafi wskazać przykłady interwencji państwa w gospodarkę rynkową.
- **Ocena dobra (4):**
  1. Szczegółowo opisuje cechy gospodarki rynkowej i jej mechanizmy.
  2. Potrafi analizować wpływ konkurencji na różne sektory gospodarki.
  3. Wyjaśnia różnice między różnymi systemami gospodarczymi.
  4. Potrafi ocenić skutki interwencji państwa w gospodarkę rynkową.
  5. Rozumie zasady działania rynku w kontekście globalnym.
  6. Potrafi prognozować trendy rynkowe na podstawie dostępnych danych.
- **Ocena bardzo dobra (5):**
  1. Analizuje przypadki z gospodarki rynkowej i ocenia skuteczność mechanizmów rynkowych.
  2. Przeprowadza analizy porównawcze różnych systemów gospodarczych.
  3. Potrafi ocenić skutki polityki państwa na gospodarkę rynkową.
  4. Ocenia wpływ globalnych trendów na gospodarkę rynkową.
  5. Przeprowadza zaawansowane analizy rynkowe w różnych sektorach.
  6. Proponuje strategie rozwoju w gospodarce rynkowej na podstawie analiz.
- **Ocena celująca (6):**

1. Prowadzi badania nad funkcjonowaniem gospodarki rynkowej i publikuje wyniki.
2. Opracowuje strategie makroekonomiczne na poziomie eksperckim.
3. Tworzy innowacyjne modele gospodarki rynkowej.
4. Analizuje i prognozuje globalne trendy gospodarcze z dużą precyzją.
5. Wdraża nowatorskie rozwiązania w gospodarce rynkowej na poziomie organizacyjnym.
6. Doradza rządowi i firmom w zakresie strategii gospodarczych na poziomie krajowym i międzynarodowym.

## **VI. Dokumentacja dotycząca działalności handlowej**

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Wymienia podstawowe rodzaje dokumentów handlowych.
  2. Zna podstawowe pojęcia związane z dokumentacją handlową.
  3. Potrafi rozpoznać podstawowe dokumenty handlowe, takie jak faktura.
  4. Rozumie znaczenie dokumentacji w działalności handlowej.
  5. Potrafi wypełnić prosty dokument handlowy przy wsparciu.
  6. Wymienia podstawowe elementy, które muszą się znaleźć w fakturze.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Potrafi wypełnić podstawowe dokumenty handlowe zgodnie z wymogami prawnymi.
  2. Zna i rozumie rolę podstawowych dokumentów handlowych w działalności firmy.
  3. Potrafi opisać obieg dokumentów handlowych w firmie.
  4. Wykazuje znajomość zasad prawnych związanych z dokumentacją handlową.
  5. Potrafi rozpoznać różne rodzaje dokumentów handlowych.
  6. Rozumie, jakie są konsekwencje błędów w dokumentacji handlowej.
- **Ocena dobra (4):**
  1. Potrafi samodzielnie wypełnić i zarządzać dokumentami handlowymi w firmie.
  2. Analizuje i ocenia skuteczność obiegu dokumentów handlowych w firmie.
  3. Potrafi zaproponować usprawnienia w procesie dokumentacji handlowej.
  4. Rozumie rolę dokumentacji w procesach kontrolnych i audytowych.
  5. Potrafi analizować błędy w dokumentacji i sugerować poprawki.
  6. Zna i stosuje zaawansowane zasady prawne dotyczące dokumentacji handlowej.
- **Ocena bardzo dobra (5):**
  1. Analizuje przypadki związane z dokumentacją handlową i ocenia ich skutki.
  2. Potrafi tworzyć własne wzory dokumentów handlowych dostosowane do specyfiki firmy.
  3. Ocenia i wdraża usprawnienia w procesie dokumentacji handlowej w firmie.
  4. Przeprowadza analizy porównawcze systemów dokumentacji w różnych firmach.
  5. Zna najnowsze trendy i technologie związane z dokumentacją handlową.
  6. Proponuje strategie optymalizacji procesów dokumentacyjnych w firmie.
- **Ocena celująca (6):**
  1. Opracowuje i wdraża nowatorskie systemy dokumentacji handlowej.
  2. Doradza firmom w zakresie zarządzania dokumentacją na poziomie eksperckim.

3. Przeprowadza badania nad efektywnością dokumentacji handlowej i publikuje wyniki.
4. Tworzy strategie digitalizacji dokumentacji handlowej w firmach.
5. Ocenia wpływ nowych technologii na efektywność dokumentacji handlowej.
6. Wdraża zaawansowane systemy zarządzania dokumentacją w dużych organizacjach.

## VII. Kalkulacja cen sprzedaży

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Zna podstawowe pojęcia związane z kalkulacją cen.
  2. Potrafi obliczyć prostą cenę sprzedaży na podstawie podanych danych.
  3. Rozumie znaczenie marży w kalkulacji ceny.
  4. Zna podstawowe czynniki wpływające na cenę sprzedaży.
  5. Potrafi wypełnić prosty formularz kalkulacyjny pod nadzorem.
  6. Rozumie podstawowe różnice między ceną zakupu a ceną sprzedaży.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Potrafi samodzielnie obliczyć cenę sprzedaży uwzględniając podstawowe koszty.
  2. Zna i stosuje podstawowe metody kalkulacji cen.
  3. Rozumie wpływ różnych czynników na cenę sprzedaży.
  4. Potrafi obliczyć marżę oraz narzut w prostych przypadkach.
  5. Zna różnice między ceną netto a brutto.
  6. Rozumie, jak polityka cenowa wpływa na konkurencyjność firmy.
- **Ocena dobra (4):**
  1. Potrafi przeprowadzić bardziej złożoną kalkulację cenową uwzględniającą różne czynniki.
  2. Zna zaawansowane metody kalkulacji cen sprzedaży.
  3. Potrafi analizować i porównywać różne strategie cenowe.
  4. Ocenia wpływ zmian w kosztach na kalkulację cenową.
  5. Potrafi przeprowadzić analizę rentowności dla różnych scenariuszy cenowych.
  6. Zna i stosuje techniki dynamicznego ustalania cen.
- **Ocena bardzo dobra (5):**
  1. Analizuje i ocenia skuteczność różnych metod kalkulacji cen w praktyce.
  2. Proponuje i wdraża strategie cenowe na podstawie dogłębnych analiz.
  3. Potrafi przeprowadzić symulacje wpływu polityki cenowej na zyski firmy.
  4. Zna zaawansowane narzędzia i technologie wspierające kalkulację cen.
  5. Potrafi tworzyć modele cenowe uwzględniające zmienne rynkowe.
  6. Przeprowadza analizy porównawcze strategii cenowych konkurencji.
- **Ocena celująca (6):**
  1. Opracowuje innowacyjne metody kalkulacji cen i testuje ich skuteczność.
  2. Przeprowadza zaawansowane analizy cenowe i publikuje ich wyniki.
  3. Doradza firmom w zakresie optymalizacji polityki cenowej na poziomie eksperckim.
  4. Tworzy nowatorskie modele cenowe dostosowane do zmieniających się warunków rynkowych.
  5. Wprowadza i monitoruje zaawansowane narzędzia do zarządzania cenami w firmach.
  6. Kreuje strategie cenowe na poziomie globalnym, uwzględniając specyfikę rynków międzynarodowych.

## VIII. Zarządzanie zespołem pracowników

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Zna podstawowe zasady zarządzania zespołem.
  2. Rozumie znaczenie podziału zadań w zespole.
  3. Zna podstawowe pojęcia związane z zarządzaniem ludźmi.
  4. Potrafi wskazać rolę lidera zespołu.
  5. Wymienia podstawowe metody motywowania pracowników.
  6. Potrafi opisać, na czym polega praca zespołowa.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Potrafi opisać role poszczególnych członków zespołu.
  2. Zna i stosuje podstawowe metody zarządzania zespołem.
  3. Rozumie znaczenie efektywnej komunikacji w zespole.
  4. Potrafi podzielić zadania w zespole na podstawie kompetencji członków.
  5. Zna i stosuje podstawowe techniki motywacyjne.
  6. Rozumie, jak konflikty wpływają na pracę zespołu i potrafi je rozpoznać.
- **Ocena dobra (4):**
  1. Potrafi samodzielnie zarządzać zespołem i rozwiązywać konflikty.
  2. Stosuje zaawansowane metody motywowania pracowników.
  3. Zna różne style zarządzania i potrafi je dostosować do sytuacji.
  4. Potrafi ocenić efektywność pracy zespołu i zaproponować usprawnienia.
  5. Potrafi przeprowadzić analizę ról w zespole i optymalizować podział zadań.
  6. Rozumie znaczenie budowania zaangażowania i lojalności w zespole.
- **Ocena bardzo dobra (5):**
  1. Potrafi zarządzać dużym zespołem i rozwiązywać skomplikowane problemy.
  2. Stosuje zaawansowane techniki zarządzania zespołem, dostosowane do specyfiki branży.
  3. Analizuje i wdraża strategie poprawy efektywności zespołu.
  4. Ocenia wpływ różnych stylów zarządzania na motywację i efektywność zespołu.
  5. Potrafi wdrażać innowacyjne metody zarządzania zespołem.
  6. Proponuje strategie rozwoju zespołu w długiej perspektywie.
- **Ocena celująca (6):**
  1. Opracowuje i wdraża nowatorskie metody zarządzania zespołami.
  2. Przeprowadza badania nad efektywnością różnych stylów zarządzania zespołem.
  3. Tworzy i wdraża programy rozwoju zespołów w firmach na poziomie organizacyjnym.
  4. Publikuje artykuły i raporty dotyczące zarządzania zespołem.
  5. Wprowadza innowacje w zarządzaniu zespołem na poziomie międzynarodowym.
  6. Doradza firmom w zakresie optymalizacji zarządzania zespołem i budowania kultury organizacyjnej.

## IX. Zespoły zadaniowe

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Zna podstawowe pojęcia związane z zespołami zadaniowymi.
  2. Rozumie, na czym polega praca w zespole zadaniowym.
  3. Wymienia podstawowe role w zespole zadaniowym.

4. Potrafi opisać proces tworzenia zespołu zadaniowego.
  5. Zna zasady współpracy w zespole zadaniowym.
  6. Potrafi wskazać podstawowe cele zespołu zadaniowego.
- **Ocena dostateczna (3):**
    1. Potrafi opisać etapy tworzenia zespołu zadaniowego.
    2. Rozumie, jakie cechy powinni mieć członkowie zespołu zadaniowego.
    3. Potrafi przydzielać role w zespole zadaniowym.
    4. Zna i stosuje podstawowe zasady współpracy w zespole.
    5. Rozumie znaczenie komunikacji w zespole zadaniowym.
    6. Potrafi zaproponować podstawowy plan działania dla zespołu zadaniowego.
  - **Ocena dobra (4):**
    1. Potrafi samodzielnie zarządzać zespołem zadaniowym.
    2. Zna zaawansowane techniki pracy zespołowej.
    3. Potrafi przeprowadzić analizę efektywności zespołu zadaniowego.
    4. Wykazuje umiejętność rozwiązywania problemów w zespole zadaniowym.
    5. Potrafi dostosować strategię pracy zespołu do zmieniających się warunków.
    6. Zna i stosuje techniki motywowania członków zespołu zadaniowego.
  - **Ocena bardzo dobra (5):**
    1. Zarządza zespołem zadaniowym w skomplikowanych projektach.
    2. Wdraża nowatorskie metody pracy zespołowej w zespołach zadaniowych.
    3. Potrafi analizować i optymalizować pracę zespołu zadaniowego.
    4. Ocenia wpływ różnych technik pracy zespołowej na efektywność zespołu zadaniowego.
    5. Tworzy strategię motywowania członków zespołów zadaniowych.
    6. Proponuje i wdraża innowacyjne rozwiązania w pracy zespołów zadaniowych.
  - **Ocena celująca (6):**
    1. Opracowuje i wdraża nowe modele pracy zespołów zadaniowych.
    2. Doradza firmom w zakresie optymalizacji pracy zespołów zadaniowych.
    3. Przeprowadza badania nad efektywnością zespołów zadaniowych.
    4. Tworzy i wdraża programy rozwoju zespołów zadaniowych na poziomie organizacyjnym.
    5. Publikuje artykuły i raporty na temat pracy zespołów zadaniowych.
    6. Wprowadza innowacyjne rozwiązania w pracy zespołów zadaniowych na poziomie międzynarodowym.

## **X. Rynek finansowy**

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Wymienia podstawowe instrumenty rynku finansowego.
  2. Rozumie znaczenie rynku finansowego dla gospodarki.
  3. Potrafi opisać podstawowe zasady funkcjonowania rynku finansowego.
  4. Zna podstawowe pojęcia związane z rynkiem finansowym.
  5. Potrafi rozpoznać podstawowe instrumenty finansowe, takie jak akcje czy obligacje.
  6. Rozumie podstawowe różnice między rynkiem kapitałowym a pieniężnym.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Potrafi opisać funkcjonowanie rynku finansowego.
  2. Zna i rozumie zasady działania różnych instrumentów finansowych.
  3. Potrafi analizować podstawowe dane finansowe.
  4. Zna i rozumie różnice między rynkiem kapitałowym a pieniężnym.

5. Potrafi opisać rolę instytucji finansowych na rynku.
  6. Rozumie znaczenie regulacji na rynku finansowym.
- **Ocena dobra (4):**
    1. Potrafi analizować i oceniać skutki zmian na rynku finansowym.
    2. Zna zaawansowane instrumenty rynku finansowego.
    3. Potrafi prognozować trendy na rynku finansowym.
    4. Ocenia wpływ polityki pieniężnej i fiskalnej na rynek finansowy.
    5. Potrafi analizować i interpretować dane dotyczące rynku finansowego.
    6. Zna i stosuje zaawansowane techniki zarządzania ryzykiem finansowym.
  - **Ocena bardzo dobra (5):**
    1. Analizuje i ocenia skuteczność różnych instrumentów finansowych.
    2. Tworzy strategie inwestycyjne na podstawie analiz rynku finansowego.
    3. Potrafi zarządzać portfelem inwestycyjnym uwzględniając zmienne rynkowe.
    4. Przeprowadza zaawansowane analizy ryzyka na rynku finansowym.
    5. Ocenia wpływ globalnych wydarzeń na rynek finansowy.
    6. Potrafi przewidywać kryzysy finansowe na podstawie dostępnych danych.
  - **Ocena celująca (6):**
    1. Prowadzi badania nad funkcjonowaniem rynku finansowego i publikuje wyniki.
    2. Doradza instytucjom finansowym w zakresie strategii rynkowych.
    3. Tworzy innowacyjne instrumenty finansowe.
    4. Przeprowadza zaawansowane analizy trendów na rynku finansowym.
    5. Kreuje nowatorskie strategie inwestycyjne na poziomie globalnym.
    6. Opracowuje i wdraża zaawansowane metody zarządzania ryzykiem na rynku finansowym.

## **XI. Marketing**

- **Ocena dopuszczająca (2):**
  1. Zna podstawowe pojęcia związane z marketingiem.
  2. Potrafi wymienić elementy marketingu mix.
  3. Rozumie znaczenie marketingu w działalności firmy.
  4. Zna podstawowe techniki promocji.
  5. Potrafi wskazać podstawowe kanały dystrybucji.
  6. Rozumie rolę produktu w strategii marketingowej.
- **Ocena dostateczna (3):**
  1. Potrafi opisać elementy marketingu mix.
  2. Rozumie znaczenie segmentacji rynku.
  3. Potrafi dobrać odpowiednie techniki promocji do produktu.
  4. Zna i stosuje podstawowe techniki badania rynku.
  5. Potrafi ocenić skuteczność działań marketingowych na poziomie podstawowym.
  6. Rozumie znaczenie marki w marketingu.
- **Ocena dobra (4):**
  1. Potrafi opracować podstawową strategię marketingową dla produktu lub usługi.
  2. Zna zaawansowane techniki badania rynku.
  3. Potrafi przeprowadzić analizę konkurencji.
  4. Ocenia skuteczność różnych strategii marketingowych.
  5. Potrafi zaproponować innowacyjne rozwiązania marketingowe.

6. Zna i stosuje zaawansowane techniki promocji i komunikacji.
- **Ocena bardzo dobra (5):**
    1. Analizuje i ocenia różne strategie marketingowe na podstawie badań rynku.
    2. Tworzy kompleksowe strategie marketingowe dla różnych segmentów rynku.
    3. Potrafi zarządzać marką i strategią komunikacyjną firmy.
    4. Wdraża nowoczesne narzędzia i technologie w strategiach marketingowych.
    5. Ocenia skuteczność kampanii marketingowych na podstawie zaawansowanych analiz.
    6. Potrafi przewidywać trendy rynkowe i dostosowywać do nich strategię marketingową.
  - **Ocena celująca (6):**
    1. Opracowuje nowatorskie strategie marketingowe na poziomie eksperckim.
    2. Tworzy i wdraża zaawansowane programy badania rynku.
    3. Przeprowadza badania nad skutecznością strategii marketingowych i publikuje wyniki.
    4. Kreuje innowacyjne strategie zarządzania marką na poziomie globalnym.
    5. Doradza firmom w zakresie strategii marketingowych i komunikacyjnych.
    6. Opracowuje i wdraża strategie marketingowe dla nowych rynków i produktów.

Dla uczniów z opiniami i orzeczeniami wszystkie dostosowania są zapisane w dokumentacji PPP.