

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

Wymagania edukacyjne  
na poszczególne oceny szkolne z przedmiotu:

**Sporządzanie korespondencji i prowadzenie negocjacji**

Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji
Uczeń:	Uczeń:
sporządza korespondencję handlową	1) opisuje dokumentację stosowaną w korespondencji z kontrahentami 2) analizuje oferty kontrahentów 3) dobiera dokumenty handlowe do określonej usługi spedycyjnej 4) stosuje zasady wypełniania dokumentów wykorzystywanych w korespondencji z kontrahentami 5) sporządza dokumenty stosowane w korespondencji z kontrahentami, np. zapytanie ofertowe, oferta, reklamacja 6) analizuje informacje zawarte w korespondencji handlowej

## Wymagania edukacyjne na poszczególne oceny szkolne w klasie pierwszej:

### Stopień dopuszczający uczeń potrafi:

- podstawowe elementy korespondencji handlowej, ale nie potrafi ich zastosować w praktyce;
- sporządzać proste wiadomości e-mailowe, ale z licznymi błędami gramatycznymi i stylistycznymi;
- wprowadzać podstawowe informacje, ale brak mu umiejętności formułowania zdań skutecznych i profesjonalnych;
- sporządzić prosty e-mail lub list handlowy, zachowując podstawowe elementy struktury.

### Stopień dostateczny uczeń potrafi:

- napisać prostą korespondencję handlową (np. zapytanie ofertowe, zamówienie);
- używać prostych sformułowań, ale może popełniać liczne błędy gramatyczne lub ortograficzne;
- wprowadzać podstawowe zasady etykiety w korespondencji, ale często je ignoruje;
- znać strukturę listu (wprowadzenie, rozwinięcie, zakończenie) i stosuje ją;
- sporządzać teksty z niewielką ilością błędów ortograficznych i gramatycznych, ale z elementami niejasności.

**Stopień dobry uczeń potrafi:**

- pisać korespondencję handlową z umiejętnością dostosowania treści do odbiorcy;
- używać odpowiedniego języka i stylu, dostosowując się do formalnych standardów;
- wykazywać umiejętność argumentacji w listach oraz efektywnego przekazywania informacji;
- napisać korespondencję handlową, stosując wszystkie wymagane elementy (data, adres, nagłówek, treść, podpis);
- dostosować treść do celu (np. zapytanie ofertowe, reklamację);
- używać poprawnego języka, z mniejszą ilością błędów;

**Stopień bardzo dobry uczeń potrafi:**

- pisać różnorodne formy korespondencji handlowej (np. oferty, reklamy, odpowiedzi na skargi) z dużą swobodą i pewnością;
- posługiwać się eleganckim językiem, unikając błędów i stosując odpowiednie formy grzecznościowe;
- kreatywnie formułować treść, aby skutecznie przekonać odbiorcę i osiągnąć zamierzony cel;
- sporządzać korespondencję handlową w różnych formach (listy, e-maile, oferty), z uwzględnieniem kontekstu i celu;
- zastosować w treści techniki perswazyjne, aby lepiej przekonywać odbiorcę;
- używać poprawnego języka i stylu, z minimalną ilością błędów i zwraca uwagę na szczegóły, takie jak formuły grzecznościowe i stylistykę;

**Stopień celujący uczeń potrafi:**

- demonstrować doskonałą znajomość zasad korespondencji handlowej oraz umiejętność ich zastosowania w praktyce;
- tworzyć skuteczne strategie komunikacyjne, które wpływają na budowanie relacji w biznesie;
- opisać oryginalność oraz doskonały styl pisania wyróżniają jego korespondencję spośród innych;
- wykazać umiejętność tworzenia oryginalnych i kreatywnych rozwiązań w korespondencji handlowej, np. formułuje unikalne propozycje;
- korespondencja pisana jest z pełną poprawnością gramatyczną i stylistyczną, z umiejętnym używaniem terminologii branżowej;
- ocenić wpływ swojej korespondencji na relacje biznesowe i umiejętnie angażować odbiorców;

Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji
Uczeń:	Uczeń:
stosuje zasady negocjacji w kontaktach z kontrahentem	1) rozróżnia style i techniki negocjacji 2) omawia znaczenie umiejętności komunikowania się w prowadzeniu negocjacji 3) sporządza scenariusz przebiegu negocjacji dotyczących sprzedaży usług transportowych i spedycyjnych 4) prowadzi negocjacje z kontrahentem 5) omawia bariery występujące w komunikacji z kontrahentami 6) określa czynniki wpływające na wybór kontrahentów

## Wymagania edukacyjne na poszczególne oceny szkolne w klasie drugiej:

### Stopień dopuszczający uczeń potrafi:

- wymieniać podstawowe pojęcia związane z negocjacjami, ale nie potrafi ich zastosować w praktyce;
- opisywać znaczenie komunikacji, ale nie potrafi sformułować skutecznych argumentów;
- rozumieć, co to są cele negocjacyjne, ale nie umie ich określić w kontekście konkretnej sytuacji;
- zrozumieć podstawowych pojęć związanych z negocjacjami, ale brak umiejętności ich zastosowania w praktyce;
- umiejętnie prowadzić rozmowy, ale z niewielką pewnością siebie i wiedzą na temat strategii negocjacyjnych;
- wykorzystać zdolność do identyfikacji prostych potrzeb kontrahenta;

### Stopień dostateczny uczeń potrafi:

- zidentyfikować podstawowe zasady negocjacji i stosować je w prostych sytuacjach;
- rozróżniać style komunikacji i potrafi je wykorzystać w rozmowach;
- rozumować, jakie cele mogą być ważne w negocjacjach i potrafi je sformułować;
- podać zastosowania podstawowych zasad negocjacji w praktycznych sytuacjach;
- dobrze się przygotowanie do spotkań z kontrahentem, analiza potrzeb obu stron;
- umiejętnie wykazywać elastyczności w negocjacjach i wyciąganie kompromisów;

### **Stopień dobry uczeń potrafi:**

- skutecznie zastosować zasady negocjacji w praktyce, w tym aktywnie słuchać i zadawać odpowiednie pytania;
- analizować sytuacje negocjacyjne i dostosowywać swoje podejście w zależności od rozmówcy;
- formułować cele negocjacyjne i planować działania w oparciu o analizę potrzeb obu stron;
- dobrze rozwinięte umiejętności negocjacyjne oraz zdolność prowadzenia rozmów z większą swobodą i pewnością siebie;
- zrozumiale dobrać technik negocjacyjnych, takich jak BATNA (najlepsza alternatywa dla negocjowanego porozumienia) oraz umiejętność ich zastosowania;
- dobrać analizy sytuacji i przewidywania reakcji kontrahenta;

### **Stopień bardzo dobry uczeń potrafi:**

- demonstrować biegłość w stosowaniu zasad negocjacji i potrafi prowadzić skomplikowane rozmowy;
- przykładać dużą wagę do strategii win-win i potrafi ją z powodzeniem wdrożyć;
- posiada umiejętności rozwiązywania konfliktów i potrafi moderować negocjacje pomiędzy różnymi stronami;
- umiejętnie stosować różnych strategii negocjacyjnych, w tym technik wpływu i perswazji;
- budować długoterminowe relacje z kontrahentami i znajdowanie rozwiązań korzystnych dla obu stron;
- analizować i radzenia sobie w trudnych sytuacjach negocjacyjnych;

### **Stopień celujący uczeń potrafi:**

- prowadzić negocjacje na poziomie eksperckim, wykazując pełne zrozumienie dynamiki między stronami;
- innowacyjnie rozwiązywać problemy i tworzyć nowe możliwości współpracy;
- wykazać umiejętności przywódcze i potrafi inspirować innych do osiągnięcia wspólnych celów w negocjacjach;
- jest ekspertem w dziedzinie negocjacji, z rozbudowanymi umiejętnościami analitycznymi i komunikacyjnymi;
- umiejętnie prowadzenia skomplikowanych negocjacji w międzynarodowym środowisku;
- tworzyć innowacyjnych rozwiązań i strategii, które przynoszą korzyści zarówno dla firmy, jak i dla kontrahenta;
- umiejętnie mentorować innych w zakresie negocjacji i dzielenia się wiedzą na temat najlepszych praktyk;

Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji
Uczeń:	Uczeń:
<p>prowadzi działania marketingowe dobrane do rodzaju usług transportowych i spedycyjnych lub wymagań klienta</p>	<p>1) rozpoznaje potrzeby i wymagania klienta  2) charakteryzuje instrumenty marketingowe w działalności transportowej i spedycyjnej związane z obsługą klienta  3) sporządza kwestionariusz badania ankietowego dotyczący zapotrzebowania rynku na usługi</p>
<p>określa zakres odpowiedzialności cywilnej przewoźnika i spedytora</p>	<p>1) wskazuje podstawy prawne odpowiedzialności przewoźnika i spedytora  2) stosuje przepisy prawa dotyczące odpowiedzialności w działalności transportowej</p>

## **Wymagania edukacyjne na poszczególne oceny szkolne w klasie trzeciej:**

### **Stopień dopuszczający uczeń potrafi:**

- przedstawić podstawową wiedzę na temat działań marketingowych w branży transportowej;
- wskazać główne obszary odpowiedzialności przewoźnika i spedytora, ale nie potrafi ich zinterpretować;
- zaproponować kilka ogólnych działań marketingowych, ale brakuje im praktycznego zastosowania;
- wymieniać kilka podstawowych działań marketingowych, ale nie dostosowuje ich do specyfiki branży lub wymagań klienta;
- opisać pojęcia związane z odpowiedzialnością cywilną, ale nie potrafi ich szczegółowo wyjaśnić ani zastosować w praktyce;

### **Stopień dostateczny uczeń potrafi:**

- zrozumieć podstawowe pojęcia związane z marketingiem i potrafi zastosować je w kontekście transportu i spedycji;
- opisać odpowiedzialności cywilnej przewoźnika i spedytora i potrafi podać przykłady;
- zaproponować i uzasadnić działania marketingowe, które są odpowiednie dla niektórych rodzajów usług transportowych;
- przedstawić kilka działań marketingowych dostosowanych do branży transportowej, wykazuje podstawowe zrozumienie potrzeb klientów;
- wyjaśnić zakres odpowiedzialności cywilnej przewoźnika oraz spedytora, chociaż nie wszystkie szczegóły są dokładnie omówione;

### **Stopień dobry uczeń potrafi:**

- rozumieć znaczenie marketingu w branży transportowej i potrafi analizować potrzeby klienta;
- swoją rozszerzoną wiedzą na temat odpowiedzialności przewoźnika i spedytora, potrafi zidentyfikować ryzyka związane z tą odpowiedzialnością;
- proponować skuteczne i zróżnicowane działania marketingowe dostosowane do różnych typów usług oraz potrzeb klientów;
- przedstawić różnorodne działania marketingowe, potrafi dostosować je do specyfiki usług i potrzeb klientów. Prezentuje zrozumienie znaczenia działań w kontekście konkurencji;
- szczegółowo omówić zakres odpowiedzialności cywilnej przewoźnika i spedytora, wskazuje na różnice między nimi oraz przedstawia przykłady sytuacji, w których odpowiedzialność może być egzekwowana;

### **Stopień bardzo dobry uczeń potrafi:**

- opisać zaawansowaną wiedzą na temat strategii marketingowych odpowiednich dla sektora transportu i spedycji;
- dokładnie znać zakres odpowiedzialności cywilnej przewoźnika i spedytora, umie ocenić konsekwencje prawne w różnych sytuacjach;
- stworzyć kompleksowy plan marketingowy obejmujący innowacyjne działania oraz metody pozyskiwania klientów, biorąc pod uwagę różnorodne warunki rynkowe;
- wykazać umiejętności w tworzeniu kompleksowych strategii marketingowych, uwzględniających różne segmenty rynku oraz indywidualne potrzeby klientów. Potrafi analizować skuteczność działań;
- szczegółowo omawia zakres odpowiedzialności cywilnej, zna przepisy prawa regulujące działalność przewoźników i spedytorów, potrafi podać konkretne regulacje prawne i orzecznictwo w tym zakresie;

### **Stopień celujący uczeń potrafi:**

- wykazać pełną biegłość w prowadzeniu działań marketingowych w branży transportowej, badając i analizując wybory klientów;
- Szczegółowo opisać przepisy dotyczące odpowiedzialności przewoźnika i spedytora, jest w stanie zidentyfikować luki w ich umowach i praktykach;
- kreatywnie podejść do marketingu, tworząc nowatorskie kampanie, które wyznaczają trendy w branży i znacząco zwiększają konkurencyjność firmy;
- określić zaawansowaną znajomość i innowacyjne podejście do działań marketingowych w branży transportowej i spedycyjnej;

- opracować strategie uwzględniające zmieniające się warunki rynkowe oraz nowe technologie;
- w sposób głęboki odpowiedzieć na temat odpowiedzialności cywilnej przewoźnika i spedytora, umiejętnie interpretuje i stosuje prawo w praktycznych sytuacjach oraz analizuje skutki różnych form odpowiedzialności dla przedsiębiorstw;

Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji
Uczeń:	Uczeń:
stosuje reguły handlu międzynarodowego	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) opisuje układ i strukturę formuł handlowych</li> <li>2) wyjaśnia reguły handlu międzynarodowego</li> <li>3) określa warunki realizacji dostaw w handlu zagranicznym</li> <li>4) określa warunki płatności w handlu zagranicznym</li> <li>5) stosuje reguły handlowe przy realizacji usług międzynarodowych</li> </ol>
przeprowadza proces reklamacji	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) wskazuje przepisy prawa dotyczące procedury reklamacji</li> <li>2) omawia zasady składania i rozpatrywania reklamacji</li> <li>3) rozpatruje zasadność zgłoszenia reklamacyjnego</li> <li>4) rozpatruje roszczenia z tytułu reklamacji</li> <li>5) sporządza odpowiedź na reklamację</li> <li>6) określa zakres odpowiedzialności stron za powierzone mienie podczas procesu spedycyjno-transportowego</li> </ol>

### **Wymagania edukacyjne na poszczególne oceny szkolne w klasie czwartej:**

#### **Stopień dopuszczający uczeń potrafi:**

- opisać podstawowe pojęcia związane z handlem międzynarodowym, ale ma trudności z ich zastosowaniem;
- wymienić kilka reguł dotyczących reklamacji, ale nie rozumie ich znaczenia;
- przejawiać podstawową wiedzę o procesie reklamacyjnym, lecz z wyraźnymi lukami;
- określić kilka podstawowych pojęć z zakresu handlu międzynarodowego, ale nie potrafi ich właściwie zastosować;
- wymienić kilka kroków procesu reklamacji, ale nie rozumie ich znaczenia;
- wykazać minimalne zaangażowanie w zajęcia, ale wykonuje podstawowe zadania;

**Stopień dostateczny uczeń potrafi:**

- opisać podstawowe pojęcia związane z handlem międzynarodowym oraz potrafi je zastosować w prostych sytuacjach;
- wymieniać kluczowe reguły dotyczące reklamacji, potrafi opisać ich znaczenie;
- wskazać etapy procesu reklamacyjnego w handlu międzynarodowym i potrafi posługiwać się prostym językiem prawnym w tej dziedzinie;
- wyjaśnić podstawowe pojęcia związane z handlem międzynarodowym oraz niektóre zasady procesu reklamacji;
- opisać podstawowe dokumenty związane z handlem międzynarodowym oraz wskazać kilka przykładów procesów reklamacyjnych;
- aktywnie uczestniczy w zajęciach, wykonuje zadania oraz przygotowuje się do krótkich sprawdzianów;

**Stopień dobry uczeń potrafi:**

- w sposób klarowny i zrozumiały wyjaśnić zasady funkcjonowania handlu międzynarodowego;
- przedstawić reguły reklamacyjne oraz ich praktyczne zastosowanie w różnych sytuacjach;
- posiada solidne podstawy wiedzy o procesach reklamacyjnych i umie je stosować w praktyce, również w bardziej złożonych przypadkach;
- określić kluczowe pojęcia oraz zasady handlu międzynarodowego i procesu reklamacji;
- przeprowadzić prostą analizę przypadku reklamacji w kontekście międzynarodowym;
- działa samodzielnie i wykazuje inicjatywę w poszukiwaniu dodatkowych informacji;

**Stopień bardzo dobry uczeń potrafi:**

- przedstawić wiedzę na temat handlu międzynarodowego, potrafi wnikliwie analizować różne jego aspekty;
- wyznaczyć wszystkie istotne reguły dotyczące procesów reklamacyjnych i potrafi krytycznie ocenić ich zastosowanie;
- negocjować oraz przedstawiać argumenty w kontekście procesów reklamacyjnych na poziomie międzynarodowym;
- przedstawiać szczegółowo zasady działania systemu handlu międzynarodowego oraz przeprowadzić kompleksową analizę procesu reklamacji;
- ukazywać umiejętności krytycznego myślenia oraz jest w stanie zaproponować rozwiązania w złożonych sytuacjach reklamacyjnych;
- angażować się w dyskusje, zadaje pytania oraz wykonuje szczegółowe i poprawne zadania;

**Stopień celujący uczeń potrafi:**

- wykazać głęboką wiedzę i zrozumienie skomplikowanych mechanizmów handlu międzynarodowego;
- tworzyć innowacyjne rozwiązania dotyczące procesów reklamacyjnych oraz antycypować problemy w handlu międzynarodowym;
- określa umiejętności praktyczne, które pozwalają mu na efektywne zarządzanie procesami reklamacyjnymi w realiach międzynarodowych, a jego analizy są oparte na aktualnych regulacjach i trendach w branży;
- definiuje dogłębną wiedzę z zakresu handlu międzynarodowego i procesów reklamacyjnych;
- niezależnie i krytycznie analizować złożone przypadki oraz proponować innowacyjne rozwiązania w zakresie reklamacji w kontekście międzynarodowym;
- działać aktywnie w grupie, jest liderem w projektach oraz może prezentować swoje wyniki na forum klasy lub podczas wydarzeń szkolnych;