Wymagania edukacyjne na poszczególne oceny z przedmiotu <u>Pracownia marketingu</u>

Dział programu	Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca) Uczeń:	Wymagania podstawowe (ocena dostateczna) Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:	Wymagania rozszerzające (ocena dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:	Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:	Wymagania wykraczające (ocena celująca) Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:
Sprzedaż towarów z zastosowaniem działań marketingowych	● potrafi dokonać podziału asortymentu na grupy towarowe ● umie obsłużyć urządzenia sklepowe i magazynowe, takie jak: waga, metkownica, krajalnica, urządzenia chłodnicze ● wymienia elementy pisemnej umowy sprzedaży	● potrafi informować klienta o sposobach użytkowania i przechowywania kupowanych towarów ● potrafi przedstawić klientowi walory użytkowe sprzedawanego towaru ● charakteryzuje niezbędne elementy pisemnej umowy sprzedaży	● potrafi używać komunikacji werbalnej i niewerbalnej ● umie prowadzić rozmowę sprzedażową zgodnie z zasadami ● potrafi prowadzić rozmowę sprzedażową, dostosowując technikę sprzedaży do typu klienta ● wykorzystuje pocztę elektroniczną do przekazywania i pozyskiwania informacji handlowych	● potrafi prowadzić sprzedaż, dobierając formę sprzedaży do obranej strategii marketingowej, rodzaju asortymentu, rodzaju placówki handlowej itp. ● potrafi prowadzić sprzedaż, dobierając technikę sprzedaży do posiadanego asortymentu i potrzeb klientów	● potrafi prowadzić rozmowę sprzedażową w języku obcym nowożytnym ● potrafi prowadzić korespondencję handlową w języku obcym nowożytnym
Analiza rynku i konkurencji	● umie wyjaśnić pojęcie niszy rynkowej i segmentu rynku ● potrafi wymienić kryteria segmentacji rynku	● potrafi dokonać segmentacji rynku według określonych kryteriów w celu wyznaczenia rynku docelowego	● potrafi ustalić cel prowadzonych badań marketingowych ● umie określić potrzeby klientów w odniesieniu do	● potrafi skorzystać ze źródła informacji o rynku dla potrzeb biznesowych przedsiębiorstwa handlowego	● potrafi zaprojektować narzędzia do badań marketingowych ● określa potrzeby klientów na podstawie

Dział programu	*Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca) Uczeń:*	Wymagania podstawowe (ocena dostateczna) Uczeń potrafi to, co na	Wymagania rozszerzające (ocena dobra) Uczeń potrafi to, co na	Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra) Uczeń potrafi to, co na	Wymagania wykraczające (ocena celująca) Uczeń potrafi to, co na

		ocenę dopuszczającą oraz:	ocenę dostateczną oraz:	ocenę dobrą oraz:	ocenę bardzo dobrą oraz:
	● rozróżnia typy klientów przedsiębiorstwa handlowego	● określa cechy rynku docelowego ● wskazuje oczekiwania i potrzeby klientów przedsiębiorstwa handlowego	prowadzonej działalności handlowej ● wskazuje niszę rynkową dla danego typu działalności handlowej ● potrafi określić atrakcyjności danego segmentu rynku	● sporządza analizę SWOT dla przedsiębiorstwa handlowego lub wybranego przedsięwzięcia na podstawie pozyskanych i posiadanych informacji ● potrafi dobrać metody do celu i zakresu badań marketingowych ● przeprowadza badanie marketingowe ● potrafi przedstawić wyniki badań marketingowych różnymi metodami ● potrafi wnioskować na podstawie wyników badań marketingowych	przeprowadzonych badań i analiz ● buduje prognozę sprzedaży na podstawie danych uzyskanych w wyniku badań
Plan marketingowy	● umie zdefiniować pojęcie planu marketingowego	● potrafi scharakteryzować elementy planu	● potrafi uzasadnić potrzebę planowania marketingowego	● potrafi sporządzić plan marketingowy przedsiębiorstwa	● potrafi sporządzić plan marketingowy dla konkretnej, zadanej

Dział programu	Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca) Uczeń:	Wymagania podstawowe (ocena dostateczna) Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:	Wymagania rozszerzające (ocena dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:	Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:	Wymagania wykraczające (ocena celująca) Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:
	● wymienia części składowe planu marketingowego	marketingowego	● ustala cel planu marketingowego	handlowego	firmy handlowej ● koordynuje prace nad tworzeniem planu

					marketingowego
Bezpieczeństwo i higiena pracy w działalności marketingowej	● potrafi zdefiniować pojęcia związane z bezpieczeństwem i higieną pracy i ergonomią ● wymienia czynniki szkodliwe i uciążliwe w środowisku pracy na stanowisku handlowca ● potrafi zdefiniować pojęcie pracy dynamicznej i statycznej ● umie wyjaśnić wpływ pozycji przyjmowanej podczas pracy na obciążenie kręgosłupa	● rozróżnia prawa i obowiązki pracownika oraz pracodawcy w zakresie bhp ● określa stopień zagrożenia zdrowia i życia na podstawie typowych objawów ● wyjaśnia sposoby postępowania w stanach zagrożenia zdrowia i życia ● potrafi wskazać różnice pomiędzy pracą dynamiczną a statyczną	● potrafi stosować środki ochrony indywidualnej i zbiorowej podczas wykonywania zadań zawodowych, ● określa zagrożenia związane z występowaniem szkodliwych czynników w środowisku pracy, ● wskazuje sposoby zapobiegania zagrożeniom życia i zdrowia na stanowisku pracy ● potrafi udzielić pierwszej pomocy przedmedycznej	● udziela pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach przy pracy ● potrafi przedstawić procedurę postępowania w sytuacji zagrożenia życia lub zdrowia ● potrafi wskazać korzyści i zagrożenia wynikające z przyjmowania pozycji stojącej oraz siedzącej w pracy ● wskazuje korzyści wynikające z przestrzegania zasad ergonomii	● potrafi dokonać analizy przepisów i zasad bezpieczeństwa i higieny pracy ● tworzy procedury dotyczące bezpieczeństwa pracy na stanowisku handlowca ● określa cele ergonomii w działalności zawodowej

Dział programu	**Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca) Uczeń:**	**Wymagania podstawowe (ocena dostateczna) Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:**	**Wymagania rozszerzające (ocena dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:**	**Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:**	**Wymagania wykraczające (ocena celująca) Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:**
			● umie zastosować wymagania ergonomiczne podczas pracy przy komputerze	● wyjaśnić wpływ pozycji przyjmowanej podczas pracy na obciążenie kręgosłupa	
Prowadzenie działań promocyjnych w handlu	● definiuje pojęcie promocji ● potrafi określić elementy promocji	● realizować plan działań promocyjnych ● charakteryzuje elementy promocji	● przedstawia znaczenie promocji w działaniach marketingowych	● potrafi zastosować narzędzia promocji zgodnie ze strategią przedsiębiorstwa	● opracowuje plan działań promocyjnych na podstawie zgromadzanych przez

			przedsiębiorstwa ● potrafi dostosować narzędzia promocji do oferty handlowej przedsiębiorstwa	handlowego ● potrafi ocenić skuteczność poszczególnych narzędzi promocji	przedsiębiorstwo handlowe informacji w trakcie badań marketingowych ● potrafi wyliczyć efektywność poszczególnych narzędzi promocji
Prowadzenie działań reklamowych w handlu	● potrafi zdefiniować pojęcie reklamy ● umie wymienić rodzaje reklamy ze względu na zastosowane media reklamowe ● potrafi podać wady	● potrafi podać przykłady działań reklamowych prowadzonych przez firmy handlowe ● charakteryzuje reklamę pośrednią i bezpośrednią	● umie wyjaśnić, na czym polega reklama nieuczciwa i jakie są konsekwencje prawne jej prowadzenia ● potrafi przygotować krótki przekaz reklamowy zgodnie	● potrafi sporządzić harmonogram działań reklamowych przy tworzeniu przekazów na nośnikach reklamy ● ocenia reklamę pod względem jakości przekazu, estetyki i	● sporządza prezentację na nośnikach reklamy, dobierając zakres informacji i formę prezentacji do oczekiwanych efektów

Dział programu	**Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca) Uczeń:**	**Wymagania podstawowe (ocena dostateczna) Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:**	**Wymagania rozszerzające (ocena dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:**	**Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:**	**Wymagania wykraczające (ocena celująca) Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:**
	i zalety poszczególnych nośników reklamy		z obowiązującymi zasadami i przepisami prawa	zgodności z obowiązującym prawem	
Prawo w działalności marketingowej	● umie wyjaśnić pojęcie tajemnicy zawodowej ● umie wymienić przepisy prawne dotyczące tajemnicy zawodowej	● potrafi wskazać działania marketingowe prowadzone niezgodnie z przepisami prawa ● potrafi przedstawić konsekwencje nieprzestrzegania tajemnicy zawodowej	● przestrzega zasad bezpieczeństwa w przetwarzaniu i przesyłaniu danych ● zna i stosuje zasady przechowywania danych osobowe klientów zgodnie z przepisami prawa	● potrafi pozyskać dane osobowe zgodnie z przepisami prawa ● rozumie znaczenie przestrzegania prawa w prowadzeniu działalności marketingowej	● analizuje akty prawne dotyczące działalności marketingowej
Zachowanie w	● używa form	● potrafi stosować	● stosuje reguły i	● potrafi rozpoznawać	● potrafi szukać

środowisku pracy	grzecznościowych w komunikacji pisemnej i ustnej ● potrafi wskazać sytuacje wywołujące stres ● umie wymieć skutki stresu ● potrafi wymienić bariery komunikacyjne ● umie podać etapy cyklu życia organizacji ● umie wymienić	uniwersalne zasady kultury i etyki ● zna i omawia techniki relaksacji ● potrafi wskazywać kategorie kompetencji zawodowych ● potrafi przekazać komunikat z zastosowaniem zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej ● potrafi wskazać	procedury obowiązujące w środowisku pracy w handlu ● potrafi stosować zasady etyczne i prawne, związane z ochroną własności intelektualnej i ochroną danych ● potrafi zastosować różne style komunikowania się	przypadki naruszania zasad etyki ● przedstawia propozycje rozwiązania problemu ● uzasadnia potrzebę zmian w handlu i określa oczekiwane rezultaty ● potrafi wyznaczyć etapy wprowadzenia zmian w życiu osobistym i w pracy	nowych rozwiązań zaistniałego problemu ● wyjaśnia znaczenie zmiany w życiu człowieka ● potrafi identyfikować przyczyny oporu wobec zmian w środowisku ● projektuje wskaźniki osiągnięcia celu ● potrafi zaprojektować narzędzia

Dział programu	**Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca) Uczeń:**	**Wymagania podstawowe (ocena dostateczna) Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:**	**Wymagania rozszerzające (ocena dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:**	**Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:**	**Wymagania wykraczające (ocena celująca) Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:**
	metody pracy nad emocjami ● rozróżnia formy i metody doskonalenia zawodowego	przepisy prawne związane z ochroną własności intelektualnej i ochroną danych ● umie podać przyczyny sytuacji stresowych w pracy zawodowej ● potrafi wskazywać sposoby pokonania stresu ● umie wymienić cechy efektywnego przekazu	● umie wskazać sposoby eliminowania barier powstałych w procesie komunikacji ● przygotowuje ofertę handlową w języku obcym nowożytnym ● potrafi identyfikować objawy stresu	● umie dokonać analizy efektów wprowadzonej zmiany ● rozumie informacje w języku obcym nowożytnym umieszczone na opakowaniach produktów zagranicznych ● potrafi przetłumaczyć z języka obcego nowożytnego informacje handlowe prezentowane w ulotkach informacyjnych produktów	monitorowania procesu wdrażania zmiany ● potrafi prowadzić negocjacje handlowe w języku obcym nowożytnym

				● umie przygotować krótką notatkę w języku obcym dotyczącą oferowanych towarów ● potrafi planować własną ścieżkę rozwoju zawodowego ● potrafi prowadzić	

Dział programu	Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca) Uczeń:	Wymagania podstawowe (ocena dostateczna) Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:	Wymagania rozszerzające (ocena dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:	Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:	Wymagania wykraczające (ocena celująca) Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:
				rozmowę sprzedażową w języku obcym nowożytnym	
Organizacja pracy w zespole	● potrafi wymienić warunki współpracy w zespole ● zna rodzaje więzi powstających w zespole ● umie określić różnicę między więziami formalnymi i nieformalnymi	● potrafi udzielać informacji zwrotnej członkom zespołu w zakresie wykonywanych przez nich zadań zawodowych ● umie wskazywać rozwiązania techniczne poprawiające warunki pracy pracowników w przedsiębiorstwie handlowym ● potrafi wyjaśnić znaczenie konieczności współdziałania pracowników w przedsiębiorstwie	● potrafi wyjaśnić pojęcie integracji i dezintegracji grup pracowniczych ● sporządza wykaz zadań do wykonania przez pracowników ● potrafi rozpoznać zachowania destrukcyjne hamujące współpracę w zespole	● potrafi wskazać zalety pracy zespołowej w działalności handlowej w porównaniu do pracy indywidualnej ● potrafi rozpoznać kluczowe role członków zespołu ● potrafi rozpoznać kompetencje i umiejętności osób pracujących w zespole ● potrafi oceniać jakość i terminowość wykonywanych zadań zawodowych ● potrafi zidentyfikować metody rozwiązywania	● koordynuje działania członków zespołu ● potrafi rozdzielać zadania do wykonania według umiejętności i kompetencji członków zespołu ● potrafi monitorować przebieg prac zespołu ● stosuje techniki motywacyjne ● opracowuje wnioski z analizy dotyczącej wykonania zadania oraz pracy zespołu i jego poszczególnych członków

				konfliktów w zespole ● potrafi ocenić pracę poszczególnych	

Dział programu	Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca) Uczeń:	Wymagania podstawowe (ocena dostateczna) Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:	Wymagania rozszerzające (ocena dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:	Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra) Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:	Wymagania wykraczające (ocena celująca) Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:
				członków i całego zespołu zadaniowego ● prezentuje wnioski z analizy dotyczącej wykonania zadania oraz pracy zespołu i jego poszczególnych członków	
Negocjacje w handlu	● zna pojęcia: negocjacje, kompromis, ustępstwa, ● potrafi wymienić i krótko omówić style negocjacji ● potrafi wymienić zasady prawidłowo prowadzonych negocjacji	● potrafi wymienić techniki negocjacji, ● zna najczęściej spotykane style negocjacji, ● zna cechy dobrego negocjatora, ● potrafi omówić style negocjacyjne ● omawia cechy skutecznych negocjacji ● potrafi wymienić zasady prawidłowo prowadzonych negocjacji	● wymienia metody rozwiązywania konfliktów, ● omawia rodzaje i style negocjacji , ● zna cechy i umiejętności przydatne podczas negocjacji, , ● potrafi rozróżnić techniki negocjacyjne ● potrafi sporządzić plan przebiegu negocjacji ● potrafi zaprezentować ofertę z uwzględnieniem priorytetów sprzedaży	● wymienia i omawia metody rozwiązywania konfliktów, ● omawia i stosuje techniki manipulacyjne, ● zna zasady prowadzenia skutecznych negocjacji i stosuje je w praktyce, ● potrafi wskazać różnice między stylem miękkim, twardym i rzeczowym ● prowadzi negocjacje stosując różne techniki negocjacyjne ● potrafi zidentyfikować osoby decyzyjne po stronie firmy kupującego	● wyjaśnia, jakie techniki negocjacji są najczęściej spotykane i dlaczego, ● wyjaśnia , które ze sposobów prowadzenia negocjacji są najkorzystniejsze, ● potrafi scharakteryzować nieetyczne metody negocjacji