

Wymagania edukacyjne na poszczególne oceny z przedmiotu: **Sprzedaż i obsługa klienta w spedycji**

Dział programu	Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca)	Wymagania podstawowe (ocena dostateczna)	Wymagania rozszerzające (ocena dobra)	Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra)	Wymagania wykraczające (ocena celująca)
	Uczeń:	Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:	Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:	Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:	Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:
I. Organizacja stanowiska pracy	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Potrafi wymienić czynniki szkodliwe w środowisku pracy</li> <li>✚ Wie, jakie są znaki informacyjne dotyczące ochrony przeciwpożarowej</li> <li>✚ Potrafi rozpoznać oraz zastosować środki językowe umożliwiające realizację czynności zawodowych w zakresie: czynności wykonywanych na stanowisku pracy, w tym związanych z zapewnieniem bezpieczeństwa i higieny pracy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Potrafi opisać wymagania dotyczące ergonomii</li> <li>✚ Potrafi opisać źródła i rodzaje zagrożeń występujących w środowisku pracy</li> <li>✚ Potrafi opisać sposoby zapobiegania zagrożeniom życia i zdrowia w miejscu pracy</li> <li>✚ Potrafi korzystać z instrukcji obsługi urządzeń technicznych podczas wykonywania zadań zawodowych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ wskazuje konsekwencje nieprzestrzegania obowiązków pracownika i pracodawcy w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy</li> <li>✚ potrafi opisać wymagania ograniczające wpływ czynników szkodliwych i uciążliwych na organizm człowieka</li> <li>✚ potrafi monitorować realizację zaplanowanych działań w zakresie organizacji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ przedstawia wymagania ergonomiczne dla stanowiska pracy</li> <li>✚ potrafi dokonać modyfikacji zaplanowanych działań</li> <li>✚ związanych z wykonywaniem zadań zawodowych w nieprzewidywalnych warunkach</li> <li>✚ wyjaśnia możliwości podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych i społecznych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ potrafi dokonać samooceny wykonanej pracy</li> <li>✚ tworzy analizę własne kompetencje</li> <li>✚ potrafi wyznaczyć własne cele rozwoju zawodowego</li> <li>✚ koordynuje i planuje drogę rozwoju zawodowego</li> <li>✚ potrafi wskazać przykłady wprowadzenia zmiany w zakresie organizacji stanowiska pracy i oceniać skutki jej wprowadzenia</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ Potrafi dokonać analizy rozwiązań technicznych i organizacyjnych warunków i jakości pracy</li> <li>✚ Potrafi określić działania składające się na wykonanie zadania</li> </ul>	stanowiska pracy		<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ potrafi proponować sposoby rozwiązywania problemów</li> </ul>
II. Zapoznanie ze środowiskiem branży transportowej	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ wymienia pojęcia związane z transportem, np. transport, proces transportowy, proces przewozowy, energochłonność transportu, system transportowy, rynek transportowy</li> <li>✚ wymienia czynności organizowane i realizowane przez spedytora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ charakteryzuje uczestników rynku transportowo-spedycyjnego</li> <li>✚ omawia pojęcia z zakresu rynku usług transportowych i spedycyjnych, np. cenę, popyt, podaż na rynku usług transportowych i spedycyjnych</li> <li>✚ potrafi określić czynności organizowane i realizowane przez spedytora</li> <li>✚ charakteryzuje działalność spedycyjną</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ potrafi planować drogę rozwoju zawodowego</li> <li>✚ wskazuje możliwości podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych i społecznych</li> <li>✚ potrafi pozyskać informacje zawodoznawcze dotyczące przemysłu z różnych źródeł</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ potrafi określić zakres umiejętności i kompetencji potrzebnych do wykonywania zawodu spedytora</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ tworzy sposoby rozwiązywania problemów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych w nieprzewidywalnych warunkach</li> <li>✚ potrafi analizować własne kompetencje</li> <li>✚ tworzy własne cele rozwoju zawodowego</li> <li>✚ potrafi pozyskać dane osobowe zgodnie z przepisami prawa</li> </ul>
III. Handlowa obsługa	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ wie, jak rozróżniać</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ potrafi sporządzać</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ prowadzi proste</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ stosować programy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ sporządzać</li> </ul>

<p>klienta</p>	<p>ceny w transporcie i spedycji</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ potrafi klasyfikować koszty usług transportowych i spedycyjnych</li> <li>+ potrafi rozróżnić style i techniki negocjacji</li> <li>+ wylicza czynniki wpływające na wybór kontrahentów</li> <li>+ potrafi dobierać dokumenty handlowe do określonej usługi spedycyjnej nadanego ładunku i warunków realizacji usługi transportowej</li> <li>+ wie i rozumie pojęcie dystrybucji, kanału dystrybucji oraz ich funkcje i znaczenie</li> <li>+ potrafi wymienić rodzaje kanałów dystrybucji</li> <li>+ zna podstawowe pojęcia z zakresu dystrybucji</li> </ul>	<p>cenniki za realizację usług transportowych i spedycyjnych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ potrafi analizować oferty kontrahentów</li> <li>+ potrafi rozpoznawać potrzeby i wymagania klienta</li> <li>+ potrafi opisać układ i strukturę formuł handlowych</li> <li>+ charakteryzuje reguły handlu międzynarodowego</li> <li>+ potrafi sporządzać korespondencję służbową wykorzystując standardowe formy jej redagowania</li> <li>+ potrafi prowadzić negocjacje z kontrahentem</li> <li>+ potrafi sporządzić dokumenty stosowane w korespondencji z kontrahentami, np. zapytanie ofertowe, oferta, reklamacja</li> </ul>	<p>negocjacje związane z czynnościami zawodowymi</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ sporządzić scenariusz przebiegu negocjacji dotyczących sprzedaży usług transportowych i spedycyjnych</li> <li>+ omówić znaczenie umiejętności komunikowania się w prowadzeniu negocjacji</li> <li>+ wskazać sposób prowadzenia negocjacji warunków porozumienia</li> <li>+ potrafi omówić różnice pomiędzy konwencjonalnym a zintegrowanym kanałem dystrybucji</li> <li>+ definiuje pojęcie franchisingu oraz potrafi wyjaśnić na czym on polega</li> <li>+ przedstawia</li> </ul>	<p>komputerowe do obliczania kosztów usług transportowych i spedycyjnych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ analizować cenniki i taryfy za usługi transportowe i spedycyjne</li> <li>+ omówić bariery występujące w komunikacji z kontrahentami</li> <li>+ prowadzić proste negocjacje związane z czynnościami zawodowymi</li> <li>+ wykorzystuje kontekst (tam, gdzie to możliwe), aby w przybliżeniu określić znaczenie słowa</li> <li>+ upraszcza (jeżeli to konieczne) wypowiedź, zastępuje nieznaną słowa innymi, wykorzystuje opis, środki niewerbalne w</li> <li>+ stosuje formalny lub nieformalny styl wypowiedzi</li> </ul>	<p>kwestionariusz badania ankietowego dotyczący zapotrzebowania rynku na usługi transportowe i spedycyjne</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ analizować informacje zawarte w korespondencji handlowej</li> <li>+ potrafi wymienić i scharakteryzować elementy umowy franchisingu</li> <li>+ potrafi omówić prognozy i przewidywania dotyczące e-commerce w Polsce</li> <li>+ na podstawie otrzymanych informacji potrafi dokonać analizy sytuacji marketingowej przedsiębiorstwa</li> <li>+ potrafi omówić i ocenić przykładową kampanię reklamową</li> </ul>
----------------	--	--	--	---	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ zna kryteria podziału handlu detalicznego</li> <li>+ potrafi zdefiniować pojęcie promocji, potrafi wyjaśnić jej znaczenie w marketingu</li> <li>+ potrafi zdefiniować pojęcie promotion mix i wymienić jego elementy</li> <li>+ wie, jakie są podstawowe pojęcia z zakresu promocji (reklama, promocja sprzedaży, kanały komunikacji itp.)</li> <li>+ potrafi zdefiniować pojęcie reklamy, jej znaczenie i psychologię</li> <li>+ wie, jakie są kryteria podziału rynku reklamowego</li> <li>+ potrafi zdefiniować promocję sprzedaży oraz jej cele</li> <li>+ potrafi wymienić i omówić instrumenty</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ potrafi opisać właściwą postawę człowieka</li> <li>+ podczas prowadzenia negocjacji</li> <li>+ omawia ogniwa występujące w kanałach dystrybucji</li> <li>+ potrafi scharakteryzować poszczególne kanały dystrybucji</li> <li>+ omawia funkcje i znaczenie handlu detalicznego i hurtowego</li> <li>+ charakteryzuje pojęcie i znaczenie handlu internetowego</li> <li>+ wymienia i charakteryzuje narzędzia promocji oraz jej funkcje</li> <li>+ umie scharakteryzować elementy promotion mix</li> <li>+ zna etapy procesu tworzenia strategii</li> </ul>	<p>znaczenie i działania logistyczne w dystrybucji</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ potrafi wskazać różne rodzaje jednostek handlu ich zalety i wady</li> <li>+ omawia cechy handlu internetowego oraz rodzaje i cechy sklepów internetowych</li> <li>+ zna zasady doboru instrumentów promocyjnych</li> <li>+ potrafi omówić poszczególne etapy tworzenia strategii promocji</li> <li>+ zna metody ustalania budżetu promocji</li> <li>+ potrafi określić i scharakteryzować czynniki wpływające na tworzenie kampanii reklamowej</li> <li>+ wymienia i omawia cechy mediów reklamy</li> </ul>	<p>adekwatnie do sytuacji</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ omawia wady i zalety franchisingu</li> <li>+ potrafi dobrać odpowiednie kanały dystrybucji dla różnych typów usług i produktów</li> <li>+ omawia różnice wynikające z pracy agenta i brokera</li> <li>+ omawia funkcjonowanie sklepów internetowych i ich wpływ na rozwój handlu</li> <li>+ zna rodzaje aukcji internetowych, potrafi je porównać i omówić</li> <li>+ potrafi dokonać analizy marketingowej SWOT przedsiębiorstwa</li> <li>+ dokonuje oceny poprawności sformułowania celu marketingowego oraz potrafi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ wyciąga wnioski dotyczące prawidłowych i nieprawidłowych zachowań sprzedawcy w procesie sprzedaży</li> <li>+ potrafi wypełnić zintegrowany wniosek CEIDG</li> <li>+ potrafi interpretować zapisy dotyczące prawa reklamowego w Polsce</li> </ul>
--	--	--	---	--	---

	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ promocji handlowej</li> <li>✚ potrafi zdefiniować pojęcie działań PR ich celowość i zadania</li> <li>✚ potrafi wyjaśnić znaczenie i celowość sprzedaży osobistej</li> <li>✚ wie, jakie jest znaczenie i zasady komunikacji interpersonalnej</li> <li>✚ potrafi opisać rodzaje planów marketingowych</li> <li>✚ potrafi wymienić elementy planu marketingowego</li> <li>✚ potrafi zdefiniować pojęcie celu marketingowego oraz sposoby jego określenia</li> <li>✚ wie czym jest budżet marketingowy</li> <li>✚ potrafi określić jakim celem służy kontrola marketingowa</li> <li>✚ potrafi i definiuje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ promocji</li> <li>✚ omawia znaczenie i zadania reklamy w marketingu</li> <li>✚ zna etapy tworzenia kampanii reklamowej</li> <li>✚ zna i omawia różne formy reklamy, podaje ich przykłady</li> <li>✚ wymienia podmioty funkcjonujące na rynku reklamowym</li> <li>✚ wymienia i opisuje instrumenty</li> <li>✚ promocji sprzedaży</li> <li>✚ omawia różnice pomiędzy promocją konsumencką a handlową</li> <li>✚ potrafi wymienić i scharakteryzować narzędzia PR</li> <li>✚ wyjaśnia istotę i znaczenie sponsoringu oraz jego rodzaje</li> <li>✚ potrafi scharakteryzować różne rodzaje sprzedaży osobistej oraz wymienić</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ potrafi scharakteryzować poszczególne podmioty rynku reklamowego oraz zasady ich współpracy</li> <li>✚ omawia wady i zalety instrumentów promocji sprzedaży</li> <li>✚ wskazuje i omawia różnice w działaniach i instrumentach PR skierowanych do wewnątrz i na zewnątrz przedsiębiorstwa</li> <li>✚ określa jakie cechy powinien posiadać dobry sprzedawca</li> <li>✚ wykazuje wady i zalety pracy w grupie</li> <li>✚ potrafi omówić model</li> <li>✚ komunikacji marketingowej</li> <li>✚ potrafi zastosować metody ustalania budżetu promocji w zadaniach</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ wskaźać metody osiągnięcia i realizacji zakładanego celu</li> <li>✚ potrafi sporządzić szczegółowy program działań (plan operacyjny) przedsiębiorstwa</li> <li>✚ potrafi określić zakres audytu marketingowego</li> <li>✚ potrafi omówić czynniki, które należy brać pod uwagę przy wyborze i tworzeniu struktur organizacyjnych przedsiębiorstw</li> </ul>	
--	---	---	---	--	--

	<p>pojęcie struktury organizacyjnej</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ zna podstawowe pojęcia i definicje</li> <li>+ wie czym jest sprzedaż konsumencka, potrafi ją zdefiniować</li> </ul>	<p>etapy procesu sprzedaży osobistej</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ omawia znaczenie asertywności i w komunikacji interpersonalnej</li> <li>+ wymienia i omawia techniki zachowań asertywnych</li> <li>+ potrafi scharakteryzować poszczególne elementy planu marketingowego</li> <li>+ wymienia elementy analizy SWOT, potrafi je scharakteryzować</li> <li>+ potrafi podać przykłady celów marketingowych</li> <li>+ potrafi określić czynniki wpływające na ustalenie budżetu marketingowego</li> <li>+ rozumie pojęcie kontroli operacyjnej i strategicznej</li> <li>+ wymienia i opisuje różne rodzaje struktur</li> </ul>	<p>praktycznych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ potrafi dokonać wyboru formy reklamy w przypadku konkretnego przedsiębiorstwa i uzasadnić swój wybór</li> <li>+ omawia kryteria doboru mediów reklamy</li> <li>+ ocenia skuteczność działań reklamowych</li> <li>+ zna etapy wyboru agencji reklamowej i kryteria jej wyboru</li> <li>+ omawia poszczególne modele współpracy podmiotów na rynku reklamowym oraz dokonuje ich oceny</li> <li>+ potrafi omówić różnice w skutkach działania reklamy i promocji sprzedaży</li> <li>+ zna różne sposoby komunikowania się przedsiębiorstwa z mediami, potrafi</li> </ul>		
--	--	---	--	--	--

		<p>organizacyjnych przedsiębiorstwa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ potrafi wymienić obowiązki sprzedawcy oraz zakres informacji jaki musi zostać przekazany kupującemu</li> <li>✚ potrafi zdefiniować czyn nieuczciwej konkurencji w zakresie reklamy, podaje przykłady takich działań</li> <li>✚ potrafi wymienić różne rodzaje reklamy w aspekcie prawnym</li> <li>✚ zna prawa konsumentów w Polsce oraz wie w jaki sposób może ich dochodzić</li> <li>✚ wie czym jest reklama porównawcza i jakie są ograniczenia co do jej wykorzystania</li> <li>✚ potrafi określić co to jest reklama</li> </ul>	<p>wymienić ich wady i zalety</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✚ omawia poszczególne etapy procesu sprzedaży osobistej, potrafi ocenić skuteczność procesu sprzedaży</li> <li>✚ potrafi wyciągać wnioski dotyczące pracy zespołowej</li> <li>✚ podaje przykłady czynników zaliczanych do poszczególnych obszarów analizy SWOT</li> <li>✚ potrafi dobrać odpowiedni cel marketingowy do wybranych rodzajów przedsiębiorstw</li> <li>✚ zna metody ustalania budżetu marketingowego</li> <li>✚ wie z jakich etapów składa się proces kontroli, potrafi je scharakteryzować</li> <li>✚ opisuje wady i zalety</li> </ul>		
--	--	--	---	--	--

		<p>sprzeczna z prawem</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>potrafi scharakteryzować poszczególne rodzaje reklam</li> </ul>	<p>poszczególnych struktur organizacyjnych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>potrafi scharakteryzować instytucje działające na rzecz konsumentów w Polsce oraz określić działania jakie podejmują</li> <li>zna i potrafi wymienić podstawowe akty prawne regulujące działalność reklamową w Polsce</li> </ul>		
IV. Operacyjna obsługa klienta	<ul style="list-style-type: none"> <li>rozróżnia dokumenty transportowe, spedycyjne i rozliczeniowe</li> <li>wybierać techniki radzenia sobie ze stresem odpowiednio do sytuacji</li> <li>odczytać dane z systemów identyfikacji ładunków</li> <li>stosować zasady</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>stosować zasady wypełniania dokumentów wykorzystywanych w korespondencji z kontrahentami</li> <li>wypełnia dokumenty transportowe, spedycyjne i rozliczeniowe</li> <li>określić warunki realizacji dostaw w handlu zagranicznym</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>opisać dokumentację stosowaną w korespondencji z kontrahentami</li> <li>sporządzać dokumenty związane z odprawą celną ładunków</li> <li>opisać międzynarodowe standardy identyfikacji ładunków</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>interpretować dane z systemów wymiany danych</li> <li>rozróżnić techniki rozwiązywania konfliktów związanych z wykonywaniem zadań zawodowych</li> <li>opisać techniki rozwiązywania problemów</li> <li>określić warunki płatności w handlu zagranicznym</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>analizować informacje zawarte w dokumentach transportowych i spedycyjnych</li> <li>porównuje różne formy zachowań asertywnych jako sposobów radzenia sobie ze stresem</li> <li>potrafi prowadzić dyskusje</li> </ul>

	<p>kultury osobistej i ogólnie przyjęte normy zachowania w środowisku pracy</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>+ wskazać przykłady zachowań etycznych w zawodzie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ dobierać środek transportu dla danego towaru</li> <li>+ nadzorować wysyłkę ładunku</li> <li>+ udzielać informacji zwrotnej kontrahentowi</li> <li>+ wyjaśnić rolę międzynarodowych standardów identyfikacji ładunków i wymiany danych</li> <li>+ wskazać przepisy prawa dotyczące procedury reklamacji</li> <li>+ omówić zasady składania i rozpatrywania reklamacji</li> <li>+ rozpatrzyć zasadność zgłoszenia reklamacyjnego</li> <li>+ wykazać świadomość odpowiedzialności za wykonywaną pracę</li> <li>+ dostosowuje styl wypowiedzi do</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>+ dobrać systemy wymiany danych</li> <li>+ określić korzyści i warunki wdrożenia i stosowania informatycznych oraz międzynarodowych standardów identyfikacji i wymiany danych</li> <li>+ wskazać najczęstsze przyczyny sytuacji stresowych w pracy zawodowej</li> <li>+ wskazać, na wybranym przykładzie, metody i techniki rozwiązywania problemu</li> <li>+ stosować reguły handlowe przy realizacji usług międzynarodowych</li> </ul>		
--	---	--	---	--	--

		sytuacji			
V. Praca w zespole i środowisku biurowym	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ wymienić zasady bezpieczeństwa podczas przetwarzania, przesyłania i przechowywania danych osobowych</li> <li>✚ omówić zasady dotyczące przestrzegania tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ przestrzegać zasad bezpieczeństwa podczas przetwarzania, przesyłania i przechowywania danych osobowych</li> <li>✚ respektować zasady dotyczące przestrzegania tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy</li> <li>✚ przestrzegać podziału ról, zadań i odpowiedzialności w pracy w zespole</li> <li>✚ komunikować się ze współpracownikami</li> <li>✚ formułować zasady wzajemnej pomocy</li> <li>✚ współdziała z innymi osobami, realizując przydzielone zadania</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ rozpatrzyć roszczenia z tytułu reklamacji</li> <li>✚ sporządzić odpowiedź na reklamację</li> <li>✚ analizować informacje zawarte w dokumentach rozliczeniowych</li> <li>✚ przewidzieć konsekwencje niewłaściwego wykonywania czynności zawodowych na stanowisku pracy</li> <li>✚ wyjaśnić, na czym polega zachowanie etyczne w zawodzie</li> <li>✚ wskazać wzorce prawidłowej współpracy w grupie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ określić zakres odpowiedzialności stron za powierzone mienie podczas procesu spedycyjno-transportowego</li> <li>✚ wskazać sposoby przeciwdziałania problemom w zespole realizującym zadania</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✚ przedstawić konsekwencje nieprzestrzegania tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy</li> <li>- potrafi modyfikować sposób zachowania, uwzględniając stanowisko wypracowane wspólnie z innymi</li> <li>- potrafi przedstawić publicznie w języku obcym nowożytnym wcześniej opracowany materiał (np. prezentację)</li> </ul>