

Wymagania edukacyjne na poszczególne oceny z przedmiotu **SPRZEDAŻ KRAJOWA I ZAGRANICZNA**

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:
Operacje w obrocie zAGRANICZNYM	<ul style="list-style-type: none"> ➤ potrafi wyjaśnić pojęcie dostawy wewnątrzspółnotowej ➤ potrafi wyjaśnić pojęcie nabycia wewnątrzspółnotowego ➤ potrafi wyjaśnić pojęcie handlu zagranicznego ➤ potrafi wyjaśnić pojęcie importu, eksportu, handlu tranzytowego ➤ wymienia operacje w obrocie zagranicznym ➤ potrafi wyjaśnić znaczenie transakcji w obrocie zagranicznym ➤ określa przedmiot transakcji w handlu zagranicznym ➤ wymienia transakcje w handlu zagranicznym ➤ wyjaśnia pojęcie ceny, kontraktu, reklamacji ➤ wymienia podstawowe elementy kontraktu ➤ wyjaśnia pojęcia: waluta ceny, waluta płatności ➤ wyjaśnia pojęcie kursu walut ➤ wyjaśnia pojęcie różnic kursowych dodatnich i ujemnych 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ potrafi wyjaśnić istotę strefy wolnego handlu ➤ wymienia podmioty gospodarcze uczestniczące w handlu zagranicznym ➤ wyjaśnia wskaźnik terms of trade ➤ wymienia czynności związane z przygotowaniem transakcji eksportowej ➤ rozróżnia reguły warunków sprzedaży określone w INCOTERMS ➤ rozróżnia zasady sporządzania kalkulacji eksportowej ➤ wymienia czynności związane z przygotowaniem transakcji importowej ➤ wymienia czynności realizacji transakcji importowej ➤ rozróżnia formy rozliczeń w obrocie zagranicznym ➤ wyjaśnia pojęcie stawki celnej, taryfy celnej 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ omawia politykę ochrony konsumenta ➤ wyjaśnia znaczenie polityki konkurencji ➤ potrafi zinterpretować wskaźnik terms of trade ➤ potrafi scharakteryzować warunki przeprowadzania transakcji w handlu zagranicznym ➤ rozróżnia rodzaje cen stosowanych w handlu zagranicznym ➤ potrafi zastosować tabelę kursową przy przeliczaniu walut ➤ potrafi obliczyć dodatnie i ujemne różnice kursowe ➤ potrafi rozróżnia etapy transakcji eksportowej i importowej ➤ potrafi wskazać różnice między poszczególnymi rodzajami ceł ➤ potrafi wskazać preferencje celne ➤ potrafi wskazać mechanizm działania cła 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ określa swobody rynku Unii Europejskiej ➤ określa terms of trade na podstawie danych liczbowych ➤ potrafi zastosować międzynarodowe zasady przy umowach kupna- sprzedaży ➤ sporządza kalkulację kosztu jednostki towaru ➤ potrafi scharakteryzować rozliczenia dewizowe i bezdewizowe ➤ rozróżnia metody obliczania cła ➤ potrafi analizować efekt wprowadzenia cła ➤ potrafi przeprowadzić ekonomiczną analizę cła 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ posiada dodatkową wiedzę znacznie wykraczającą poza program nauczania, samodzielnie i twórczo rozwija swoje zainteresowania, ➤ biegle posługuje się zdobytymi wiadomościami używając terminologii fachowej, oraz proponuje rozwiązania nietypowe, ➤ wykazuje szczególne zainteresowanie przedmiotem i tematyką omawianą na zajęciach, ➤ jest bardzo aktywny na lekcji, wykonuje zadania dodatkowe, samodzielnie doskonali swoje umiejętności i szuka informacji, jest obecny prawie 100% na zajęciach, pomaga innym

<p>Operacje w obrocie zagranicznym</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ wymienia pojęcie cła ➤ wymienia rodzaje ceł 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ rozróżnia rodzaje taryf celnych 			
<p>Kalkulacja ceny sprzedaży</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ wymienia pojęcie ceny ➤ rozróżnia funkcje cen ➤ wymienia czynniki wpływające na poziom cen sprzedaży ➤ wymienia rodzaje cen ➤ wymienia pojęcie kalkulacji kosztów ➤ rozróżnia rodzaje kalkulacji ➤ wymienia metody kalkulacji ➤ rozróżnia zasady ustalania jednostkowego kosztu wytworzenia ➤ rozróżnia szczeble obrotu towarowego ➤ rozróżnia ceny stosowane w obrocie towarowym ➤ rozróżnia strukturę ceny sprzedaży towarów 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ potrafi podać pojęcie zysku ➤ rozróżnia zasady ustania zysku ➤ rozróżnia strukturę ceny sprzedaży produktu gotowego ➤ wymienia zasady opodatkowania podatkiem od towarów i usług VAT ➤ wyjaśnia pojęcie marży ➤ rozróżnia rodzaje marż w obrocie towarowym ➤ wymienia zasady ustalania marży 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ omawia metody kalkulacji ➤ sporządza kalkulację podziałową prostą ➤ sporządza kalkulację podziałową współczynnikową ➤ oblicza jednostkowy koszt wytworzenia z zastosowaniem różnych metod kalkulacji ➤ oblicza cenę sprzedaży netto produktu gotowego ➤ oblicza marżę z zastosowaniem kalkulacji „od sta” ➤ oblicza marżę z zastosowaniem kalkulacji „w stu” 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ oblicza podatek od towarów i usług wg różnych stawek podatkowych ➤ oblicza cenę sprzedaży brutto produktu gotowego ➤ ustalić wynik ze sprzedaży produktów gotowych ➤ obliczyć cenę sprzedaży netto towarów z uwzględnieniem marży handlowej ➤ oblicza zysk producenta z zastosowaniem rachunku „w stu” i „od sta” ➤ oblicza podatek od towarów i usług wg różnych stawek podatkowych ➤ oblicza cenę sprzedaży towarów z uwzględnieniem podatku od towarów i usług 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ posiada dodatkową wiedzę znacznie wykraczającą poza program nauczania, samodzielnie i twórczo rozwija swoje zainteresowania, ➤ biegle posługuje się zdobytymi wiadomościami używając terminologii fachowej, oraz proponuje rozwiązania nietypowe, ➤ wykazuje szczególne zainteresowanie przedmiotem i tematyką omawianą na zajęciach, ➤ jest bardzo aktywny na lekcji, wykonuje zadania dodatkowe, samodzielnie doskonali swoje umiejętności i szuka informacji,

<p>Dokumentacja sprzedaży</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ wymienia dokumenty podstawowe stosowane w obrocie towarowym z zagranicą ➤ wymienia rodzaje faktur stosowanych w handlu zagranicznym ➤ wymienia dokumenty pomocnicze stosowane w handlu zagranicznym, np. świadectwo pochodzenia towaru ➤ wymienia dokumenty dotyczące nawiązania transakcji 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ rozróżnia dokumenty składowe ➤ wymienia dokumenty przewozowe ➤ rozróżnia dokumenty ubezpieczeniowe ➤ wymienia dokumenty związane z zamówieniem towaru, produktu ➤ wymienia dokumenty związane z dostawą towaru, produktu 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ potrafi scharakteryzować dokumenty handlowe ➤ potrafi scharakteryzować dokumenty przewozu w transporcie morskim, śródlądowym, lądowym i lotniczym 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ potrafi wskazać różnice pomiędzy dokumentami przewozu w zależności od rodzaju transportu ➤ potrafi scharakteryzować dokumenty ubezpieczeniowe ➤ sporządza dokumenty związane z procesem sprzedaży, np. ofertę, fakturę, dokumenty potwierdzające i korygujące sprzedaż 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ samodzielnie i twórczo rozwija swoje zainteresowania, biegle posługuje się zdobytymi wiadomościami używając terminologii fachowej, oraz proponuje rozwiązania nietypowe, ➤ wykazuje szczególne zainteresowanie przedmiotem i tematyką omawianą na zajęciach, ➤ jest bardzo aktywny na lekcji
<p>Narzędzia aktywizacji sprzedaży</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ potrafi podać pojęcie marketingu ➤ wymienia podstawowe narzędzia marketingu ➤ potrafi klasyfikować produkty według kryteriów marketingowych ➤ określa związek między narzędziami marketingu ➤ określa miejsce i funkcje cen w strukturze marketingu ➤ wymienia pojęcie negocjacji ➤ wymienia pojęcie promocji ➤ wymienia instrumenty promocji ➤ rozróżnia funkcje i strategie promocji ➤ potrafi scharakteryzować etapy programu promocji 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ rozróżnia style i techniki negocjacji ➤ wymienia pojęcie dystrybucji ➤ rozróżnia funkcje dystrybucji ➤ określa znaczenie marketingu w działalności podmiotu gospodarczego ➤ wymienia etapy programu promocji ➤ określa znaczenie promocji w działalności marketingowej ➤ wymienia formy promocji sprzedaży 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ potrafi opracować strukturę organizacji marketingu z uwzględnieniem działania podmiotu gospodarczego ➤ potrafi opracować projekt wprowadzenia nowego produktu na rynek ➤ określa etapy cyklu życia produktu ➤ potrafi scharakteryzować instrumenty promocji ➤ potrafi wskazać różnice pomiędzy strategiami promocji ➤ potrafi dobrać narzędzia promocji ➤ potrafi zaplanować kampanię promocyjną dla określonych produktów 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ określa strategie cenowe ➤ potrafi przeprowadzić negocjacje cenowe ➤ potrafi dobrać kanały dystrybucji do działalności jednostki ➤ potrafi posłużyć się środkami technicznymi stosowanymi w działalności – marketingowej ➤ potrafi ocenić skuteczność zastosowanych środków reklamy ➤ potrafi przeprowadzić analizę SWOT działań marketingowych ➤ potrafi określić wpływ działań marketingowych na wynik finansowy przedsiębiorstwa 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ samodzielnie i twórczo rozwija swoje zainteresowania, biegle posługuje się zdobytymi wiadomościami używając terminologii fachowej, oraz proponuje rozwiązania nietypowe, ➤ wykazuje szczególne zainteresowanie przedmiotem i tematyką omawianą na zajęciach, ➤ jest bardzo aktywny na lekcji

