

TECHNIK HANDLOWIEC

SYMBOL ZAWODU 522305

WYMAGANIA EDUKACYJNE
NIEZBĘDNE DO UZYSKANIA POSZCZEGÓLNYCH ŚRÓDROCZNYCH I ROCZNYCH OCEN
KLASYFIKACYJNYCHMarketing w działalności handlowej
Klasa III

Ocena	Nazwa działu:
I. Badania marketingowe rynku	
Dopuszczający	<ul style="list-style-type: none"> Definiuje pojęcie badań marketingowych Identyfikuje przedmiot badań rynkowych Identyfikuje źródła wiedzy o rynku Wymienia źródła pozyskiwania informacji
Dostateczny	<ul style="list-style-type: none"> Identyfikuje metody i techniki badań rynku Wyjaśnia cel i użyteczność badań marketingowych Rozróżnia rodzaje informacji o rynku towarów Wyjaśnia metody i techniki badań marketingowych rynku
Dobry	<ul style="list-style-type: none"> Dobiera źródła informacji do potrzeb przedsiębiorstw handlowych Określa zakres badań rynku towarów Gromadzi informacje o procesach zachodzących na rynku Tworzy narzędzia do badań marketingowych (ankieta, kwestionariusz) Przeprowadza badanie marketingowe rynku Tworzy raport
Bardzo dobry	<ul style="list-style-type: none"> Projektuje i przeprowadza badanie marketingowe dla małego przedsiębiorstwa handlowego Sporządza analizę zebranego materiału Prezentuje materiał analityczny w formie graficznej i opisowej Prognozuje rozwój rynku i jego potrzeby na podstawie wyników badań
Celujący	<ul style="list-style-type: none"> Prezentuje materiał analityczny(raport w wersji multimedialnej)
II. Strategia produktu	
Dopuszczający	<ul style="list-style-type: none"> Wyjaśnia elementy wyposażenia produktu Definiuje pojęcie „cyklu życia produktu” Wymienia fazy życia produktu Wymienia strategię produktu
Dostateczny	<ul style="list-style-type: none"> Identyfikuje elementy strategii produktu Wyjaśnia fazy życia produktu Wyjaśnia znaczenie wyposażenia produktu Wyjaśnia znaczenie asortymentu w znaczeniu produktu
Dobry	<ul style="list-style-type: none"> Charakteryzuje proces projektowania produktu odpowiadający potrzebom i oczekiwaniom (marka, pozycjonowanie, opakowanie) Prezentuje graficznie i interpretuje fazy życia produktu Charakteryzuje metodę BCG
Bardzo dobry	<ul style="list-style-type: none"> Stosuje strategię produktu Wykorzystuje analizę cyklu życia produktu w procesie strategii produktu Projektuje asortyment towarów metodą BCG
Celujący	<ul style="list-style-type: none"> Projektuje produkt spełniający oczekiwania docelowej grupy odbiorców.
III. Strategia cen	
Dopuszczający	<ul style="list-style-type: none"> Wymienia funkcje ceny Wymienia metody ustalania cen Wymienia narzędzia wykorzystywane w strategii cenowej
Dostateczny	<ul style="list-style-type: none"> Wyjaśnia funkcję ceny Wyjaśnia metody ustalania cen Wyjaśnia narzędzia wykorzystywane w strategii cenowej Identyfikuje czynniki warunkujące poziom cen
Dobry	

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustala ceny zgodnie ze strategią cen • Stosuje strategię cenową • Wyjaśnia zależność ceny od fazy cyklu życia produktu • Dokonuje zmiany cen na skutek zmian warunków rynkowych
Bardzo dobry	<ul style="list-style-type: none"> • Negocjuje cenę produktu • Analizuje zmianę cen na skutek zmian warunków rynkowych
Celujący	<ul style="list-style-type: none"> • Dobiera odpowiednią strategię cenową do fazy cyklu życia produktu
IV. Kanały dystrybucji	
Dopuszczający	<ul style="list-style-type: none"> • Definiuje znaczenie dystrybucji w marketingu • Wymienia funkcje dystrybucji • Wymienia kanały dystrybucji i ich rodzaje.
Dostateczny	<ul style="list-style-type: none"> • Wyjaśnia funkcje i znaczenie dystrybucji • Rozróżnia kanały dystrybucji • Wyjaśnia czynniki mające wpływ na kanał dystrybucji • Rozróżnia podstawowe funkcje handlowy detalicznego i hurtowego.
Dobry	<ul style="list-style-type: none"> • Charakteryzuje zalety i wady różnych rodzajów kanałów dystrybucji • Dokonuje wyboru kanału dystrybucji towaru • Charakteryzuje handel elektroniczny • Objasnia współpracę opartą na franchisingu
Bardzo dobry	<ul style="list-style-type: none"> • Projektuje kanały dystrybucji dla wybranych towarów

Wymagania na ocenę wyższą obejmują również wymagania na oceny (ocenę) niższe.

Ocenianie ucznia o specjalnych potrzebach edukacyjnych dostosowane jest do jego indywidualnych możliwości. Uwzględnia ono zalecenia opinii lub orzeczenia PPP, jego zaangażowanie w proces dydaktyczny oraz postępy w nauce.