



DZIENNIK USTAW

RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Warszawa, dnia 8 lutego 2022 r.

Poz. 310

ROZPORZĄDZENIE MINISTRA EDUKACJI I NAUKI¹⁾

z dnia 12 stycznia 2022 r.

w sprawie Sektorowej Ramy Kwalifikacji w sektorze handel

Na podstawie art. 11 ust. 4 i 5 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2020 r. poz. 226) zarządza się, co następuje:

§ 1. Do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji włącza się Sektorową Ramę Kwalifikacji w sektorze handel.

§ 2. Kwalifikacje, do których odnosi się Sektorowa Rama Kwalifikacji w sektorze handel, przygotowują do realizacji działań związanych z procesami zakupu i sprzedaży, w szczególności w podmiotach prowadzących działalność klasyfikowaną zgodnie z Polską Klasyfikacją Działalności jako handel hurtowy i detaliczny.

§ 3. Charakterystyki efektów uczenia się dla poziomów Sektorowej Ramy Kwalifikacji w sektorze handel, ujęte w kategoriach wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych, są określone w załączniku do rozporządzenia.

§ 4. Rozporządzenie wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia.

Minister Edukacji i Nauki: *P. Czarnek*

¹⁾ Minister Edukacji i Nauki kieruje działem administracji rządowej – oświata i wychowanie, na podstawie § 1 ust. 2 pkt 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 20 października 2020 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Edukacji i Nauki (Dz. U. z 2022 r. poz. 18).

Załącznik do rozporządzenia Ministra Edukacji i Nauki z dnia 12 stycznia 2022 r. (poz. 310)

CHARAKTERYSTYKI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA POZIOMÓW SEKTOROWEJ RAMY KWALIFIKACJI W SEKTORZE HANDELU,
UJĘTE W KATEGORIACH WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI ORAZ KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH

WYZNACZNIK SEKTOROWY I – KUPNO						
ANALIZA POPYTU – KONTEKST SEKTOROWY A						
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7
	ZNA I ROZUMIE W I A P 2	ZNA I ROZUMIE W I A P 3	ZNA I ROZUMIE W I A P 4	ZNA I ROZUMIE W I A P 5	ZNA I ROZUMIE W I A P 6	ZNA I ROZUMIE W I A P 7
WIEDZA		podstawowe pojęcia związane z analizą potrzeb klientów,	podstawowe pojęcia i sposoby poznawania popytu,	w szerokim zakresie źródła informacji o popycie oraz podstawowe metody analizowania popytu,	w zaawansowanym stopniu sytuację na rynku popytu,	w pogłębiony sposób trendy i oczekiwania klientów,
		podstawowe źródła informacji o popycie,	podstawowe informacje o popycie oraz czynnikach wpływających na popyt,	w szerokim zakresie ekonomiczne i społeczne uwarunkowania popytu oraz zależności między czynnikami kształtującymi popyt i jego wielkość.	Śledzi dynamikę i strukturę oraz kierunki rozwoju popytu,	złożone zależności popytu i jego uwarunkowania,
		zależności między wielkością popytu na towary a wielkością sprzedaży.	podstawowe teorie i zależności między popytem a wielkością sprzedaży,	w poszerzonym zakresie źródła informacji o popycie.	zachowania zakupowe klientów,	zaawansowane metody analizy popytu,
UMIEJĘTNOŚCI	POTRAFI U I A P 2	wykonywać według instrukcji niezbyt złożone zadania związane z dotarciem do informacji o potrzebach klientów,	wykonywać niezbyt złożone zadania związane z pozyskiwaniem, monitorowaniem i przetwarzaniem informacji dotyczących potrzeb klientów,	POTRAFI U I A P 5	POTRAFI U I A P 6	POTRAFI U I A P 7
				formułować i przeprowadzać zaawansowane analizy popytu,		

	korzystać z prostych informacji o potrzebach klientów oraz wykorzystywać je w niezbyt złożonych sytuacjach związanych z zamawianiem towaru,	samodzielnie nawiązywać kontakty z klientami,	samodzielnie docierać do wyników analiz zachowań zakupowych klientów,	rozwiązywać złożone problemy dotyczące kierunków rozwoju popytu i przewidywać ich skutki dla przedsiębiorstwa,	wykonywać zadania z zakresu segmentacji konsumentów, a uzyskane wyniki wykorzystywać w procesie zakupu,
	formułować i odbierać proste wypowiedzi podczas rozmowy z klientem w języku obcym, dotyczące analizy popytu.	udzielać odpowiedzi na nieskomplikowane pytania klientów w języku obcym, dotyczące analizy popytu,	wykonywać umiarkowane złożoną segmentację rynku,	wykonywać złożoną segmentację rynku,	samodzielnie planować badania popytu i ukierunkowywać innych w zakresie doskonalenia analiz popytu,
		samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie w zakresie wiedzy o analizie popytu.	rozwiązywać niezbyt złożone i nietypowe problemy związane z poznaniem potrzeb klientów,	kierować zespołem w obszarze analiz rynkowych,	praktycznie wykorzystywać wyniki analiz,
			wykorzystywać wyniki analiz zależności popytu od czynników określających popyt,	odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym z użyciem specjalistycznej terminologii analizy popytu,	odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi w języku obcym z użyciem specjalistycznej terminologii analizy popytu,
			odbierać i formułować proste wypowiedzi w języku obcym z użyciem specjalistycznej terminologii handlu dotyczącej analizy popytu,	przeprowadzać szkolenia z zakresu analizowania popytu.	tworzyć i przekazywać wiedzę o analizie rynku popytu i przekazywać ją w formie artykułów, wykładów, audycji, eventów i szkoleń.
			przewodzić opiekę nad nowymi pracownikami i wdrażać ich w zagadnienia analizy popytu.		
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	K I A P 2	K I A P 4	K I A P 5	K I A P 6	K I A P 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	funkcjonowania w zespole i podejmowania podstawowych czynności z tego wynikających,	przyjmowania odpowiedzialności związanej z pracą w zespole i współdziałaniem w warunkach oceniania działań własnych i matego zespołu,	postępowania z należytą starannością przy analizowaniu i wykorzystywaniu pozyskanych informacji o popycie,	upowszechniania wzorców odpowiedzialności za przeprowadzone analizy,	przestrzegania zasad odpowiedzialności za przekazywane informacje i przestrzegania zasad etycznych w korzystaniu z pozyskanych informacji rynkowych,

		funkcjonowania w warunkach oceny swoich działań i działań zespołu,	postępowania z należytą starannością przy pozyskiwaniu informacji rynkowych,	ponoszenia odpowiedzialności za skutki podjętych decyzji,	przestrzegania zasad etycznych w korzystaniu z pozyskanych informacji rynkowych,	tworzenia właściwych wzorców postępowania w branży,
		pracy pod obserwacją otoczenia.	komunikowania się z zespołem i ponoszenia odpowiedzialności za wyniki pracy zespołu.	podnoszenia jakości współpracy w zespole.	zachowania należytej staranności i rzetelności w pracy, którą wykonuje w oparciu o właściwe metodologicznie badania rynkowe.	ponoszenia odpowiedzialności za skutki wydanych rekomendacji.
ANALIZA RYNKU DOSTAWCÓW I PODAŻY – KONTEKST SEKTOROWY B						
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
	W I B P 2	W I B P 3	W I B P 4	W I B P 5	W I B P 6	W I B P 7
		w podstawowym zakresie terminologię z zakresu towaroznawstwa,	w szerszym zakresie rynek krajowy i międzynarodowy dostawców i towarów,	w szerokim zakresie relacje i zależności na rynku dostawców towarów,	w sposób zaawansowany rynek dostawców poszukiwanych towarów, procesów wytwórczych towarów oraz surowców,	w sposób pogłębiony pozycję rynkową poszczególnych dostawców i towarów przez nich oferowanych,
		w szerszym zakresie procesy z tym związane.	relacje i zależności na tym rynku,	podstawowe ekonomiczne i prawne uwarunkowania oraz zasady współpracy z dostawcami towaru,	sposoby optymalnego wykorzystywania stosowanych komponentów, ich właściwości i różnorodne technologie,	narzędzia informatyczne umożliwiające prognozowanie rozwoju podaży poszczególnych grup towarów w kontekście ekonomicznych i społecznych uwarunkowań.
			specyfikę rynku poszukiwanych towarów,	w szerokim zakresie charakterystyczne cechy towarów pochodzących od poszczególnych dostawców,	w zaawansowanym stopniu trendy i konteksty rozwojowe rynku poszukiwanych towarów i ich znaczenie w handlu,	
			ogólne normy dotyczące jakości towarów i bezpieczeństwa obrotu towarowego,	normy dotyczące jakości towarów i bezpieczeństwa obrotu towarowego,	zaawansowane narzędzia informatyczne do prowadzenia analizy porównawczej towarów.	
			wymaganą dokumentację dotyczącą jakości towarów i obrotu towarami.	zasady i narzędzia informatyczne służące do analizy porównawczej towarów.		
WIEDZA						

POTRAFI UIBP 2	POTRAFI UIBP 3	POTRAFI UIBP 4	POTRAFI UIBP 5	POTRAFI UIBP 6	POTRAFI UIBP 7
	wyszukiwać i porównywać dostawców towarów,	śledzić rynek dostawców,	monitorować rozwój rynku podaży towarów,	monitorować rozwój rynku dostawców i towarów, uwzględniając uwarunkowania, aby dokonać właściwej rekomendacji dostawców towaru zgodnie z trendami rozwojowymi,	dokonać właściwego doboru dostawców towaru z uwzględnieniem trendów rozwojowych i w sposób twórczy przeprowadzić prezentację i interpretację dokonanego wyboru,
	odczytywać oferty handlowe według określonej instrukcji.	pozyskiwać dane ilościowe w celu dokonywania oceny rynku dostawców,	analizować dane ilościowe i jakościowe o dostawcach i towarach, aby dokonać oceny dostawców i ich oferty,	przeprowadzać w innowacyjny sposób analizę ilościową i jakościową podaży oraz interpretację pozyskanych informacji o dostawcach,	wykorzystywać innowacyjne metody analizy dostawców i rynku podaży, prognozować zmiany,
		przeprowadzać niezbyt złożoną analizę pozyskanych informacji o dostawcach z uwzględnieniem geolokalizacji, sporządzać dokumentację tych zadań,	przeprowadzać niezbyt złożoną analizę porównawczą dostawców i towarów,	wykorzystywać zaawansowane techniki i informacyjno-komunikacyjne,	utrzymywać niezbędne kontakty z dostawcami,
		przeprowadzać rozmowy specjalistyczne i umiarkowanie złożoną analizę ilościową ofert towarowych,	w szerokim zakresie wykorzystywać wyniki analiz w procesie zakupu,	przeprowadzać rozmowy specjalistyczne i analizę ofert dostawców towarów, korelując cechy jakościowe towarów z cenami,	w komunikacji wykorzystywać zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne,
		przygotowywać dokumentację informacyjną,	odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej analizy rynku dostawców i podaży,	dokonywać oceny i przygotowywać rekomendacje zakupu z uzasadnieniem wyboru,	odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi w języku obcym z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej analizy rynku dostawców i podaży,
		utrzymywać niezbędne kontakty z dostawcami,	prowadzić wewnątrzzakładowe stanowiskowe szkolenie zawodowe,	odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej analizy rynku dostawców i podaży,	kierować sieciowym zespołem pracowników.

UMIĘTNOŚCI

		efektywnie kierować pracą zespołu i motywować go do samokształcenia,				
	aktywnie współpracować z działami przedsiębiorstwa.					
		kierować niedużym zespołem w zorganizowanych warunkach.				
	uzgadniać przydzielone zadania i pracę własną z przełożonymi i członkami zespołu pracowniczego.					
		odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące analizy rynku dostawców i podaży.				
		samodzielnie komunikowania się w środowisku dostawców w sposób zapewniający dobrą współpracę,				
		podejmowania podstawowych obowiązków wynikających ze współpracy zespołowej,				
		podejmowania odpowiedzialności za wykonaną pracę.				
KOMPETENCJE SPOŁECZNE						
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	
	KIB P 2	KIB P 3	KIB P 4	KIB P 5	KIB P 6	KIB P 7
			samodzielnie komunikowania się w środowisku dostawców w sposób zapewniający dobrą współpracę,	przestrzegania wzorców właściwego postępowania w kontaktach z dostawcami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności biznesu,	krytycznej oceny działań własnych i zespołu,	tworzenia i rozwijania wzorców jakościowych i kulturowych we współpracy z dostawcami,
			podejmowania podstawowych obowiązków wynikających ze współpracy zespołowej,	współpracy z innymi działami przedsiębiorstwa z uwzględnieniem przestrzegania etyki zawodowej,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki podjętych decyzji dotyczących rekomendacji dostawców,	wymagania ww. zachowań od własnego zespołu,
			podejmowania odpowiedzialności za wykonaną pracę.			

IMPORT – KONTEKST SEKTOROWY C						
POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7	
ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
WICP 2	WICP 3	WICP 4	WICP 5	WICP 6	WICP 7	WICP 7
	podstawowe procesy związane z importem,	właściwości importowanego towaru (jakościowe i funkcjonalne),	w szerokim zakresie przepisy prawa i wymagania techniczne stosowane przy sprzedaży towarów importowanych,	w zaawansowanym stopniu normy prawne związane z działalnością importową,	w sposób pogłębiony komplementarność rynków,	
	znaczenie towarów z importu dla oferty,	strukturę asortymentową danej kategorii towarów,	zasady wprowadzania na rynek grup i kategorii towarów,	standardy jakości i bezpieczeństwa obrotu towarowego,	politykę gospodarczą krajów w tym zakresie,	
	podstawowe zasady prawne w zakresie sprzedaży towarów importowanych,	źródła wiedzy o produkcie z importu, także w języku obcym,	instytucje kontroli towarów importowanych i zasady współpracy z nimi,	warunki zakupu i zasady płatności w imporcie,	warunki prawne i ekonomiczne oraz mechanizmy kształtowania popytu na rynkach zagranicznych,	
	analizę rynkową z analogicznymi produktami krajowymi.	obowiązujące podstawowe przepisy prawa dotyczące importu,	uwarunkowania konkurencji produktów krajowych i zagranicznych,	podstawy kulturowo-prawne zakupu i współpracy na rynkach międzynarodowych,	zasady funkcjonowania w warunkach konkurencji międzynarodowej przedsiębiorstw i krajów,	
		treść oznaczeń i certyfikatów zagranicznych towarów oraz ich polskie odpowiedniki,	zasady komplementarności i substytucyjności towarów krajowych i importowanych,	zasady konkurowania dostawców,	trendy rynkowe,	
		zasady przestrzegania warunków bezpieczeństwa obrotu towarami importowanymi.	w szerokim zakresie dokumentację procesu importu.	silne i słabe strony dostawców,	warunki dokonywania transakcji międzynarodowych i ryzyka finansowe,	
				zasady etyki, relacji handlowych, ryzyka dostaw i odbioru.	uwarunkowania korzystania z usług i kooperacji w transakcjach importowych.	
WIEDZA						

POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
UICP 2	UICP 3	UICP 4	UICP 5	UICP 6	UICP 7	
<p>przygotowywać przyjęcie towaru importowanego, wprowadzać korekty zgodnie z instrukcją,</p> <p>zapoznawać się z podstawową dokumentacją obcojęzyczną,</p> <p>rozwiązać typowe problemy, powstające przy wykonywaniu poleceń,</p> <p>komunikować się z przełożonymi i zespołem w zakresie wykonywanych obowiązków związanych z importem,</p> <p>odbierać i formułować proste wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację dotyczącą importu.</p>	<p>przyjmować towar importowany,</p> <p>przygotowywać i kierować organizacją sprzedaży według zasad i instrukcji,</p> <p>przygotować podstawową dokumentację importu towarów według instrukcji również w formie elektronicznej,</p> <p>odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację dotyczącą importu,</p> <p>prawidłowo przygotowywać do sprzedaży produkt importowany oraz porównać go w ramach danej kategorii,</p> <p>kierować małym zespołem pracowniczym.</p>	<p>samodzielnie sporządzać podstawową dokumentację importu towarów na rynek,</p> <p>przygotowywać odbiór towarów pod względem prawnym i technicznym,</p> <p>kierować wyspecjalizowanym zespołem handlowym dokonującym zakupu towaru z importu,</p> <p>odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym, prowadzić konwersację z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej importu.</p> <p>nadzorować dotrzymywanie prawnych i technicznych warunków dostaw,</p> <p>odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej importu,</p> <p>sprawnie i efektywnie kierować pracą zespołu i motywować go do samokształcenia,</p>	<p>organizować pracę i zarządzać zespołem,</p> <p>wdrażać innowacyjne rozwiązania w zarządzaniu zespołem,</p> <p>organizować transakcje importowe w nietypowych warunkach,</p> <p>kierować wyspecjalizowanym zespołem handlowym dokonującym zakupu towaru z importu,</p> <p>określać warunki ilościowe, jakościowe oraz asortyment dostaw,</p> <p>nadzorować dotrzymywanie prawnych i technicznych warunków dostaw,</p> <p>odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej importu,</p> <p>sprawnie i efektywnie kierować pracą zespołu i motywować go do samokształcenia,</p>	<p>w oparciu o umiejętności i najnowszą wiedzę fachową dokonać analizy rynków komplementarnych oraz sporządzić raporty,</p> <p>tworzyć i wdrażać procesy efektywnych działań importowych,</p> <p>dokonywać oceny ofert zagranicznych przedsiębiorstw w zakresie planowanych zakupów,</p> <p>samodzielnie planować podnoszenie kwalifikacji pracowników w oparciu o trendy dotyczące wiedzy o rynkach międzynarodowych,</p> <p>identyfikować przewagi konkurencyjne w towarach importowanych,</p> <p>tworzyć specjalistyczne zespoły, w których łączona jest praca analityczna z planowaniem i wykonaniem zadań,</p> <p>pracować w wielokulturowych warunkach struktury zarządzającej,</p>		
UMIĘTNOŚCI						

ORGANIZACJA I PLANOWANIE ZAKUPU TOWARÓW – KONTEKST SEKTOROWY D						
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
	WID P 2	WID P 3	WID P 4	WID P 5	WID P 6	WID P 7
WIEDZA		podstawowe zasady organizacji i planowania zakupu towarów,	poszerzone zasady planowania, organizacji zakupu towarów oraz budżetowania,	w szerokim zakresie zagadnienia planowania i organizowania zakupu towarów,	w zaawansowanym stopniu zasady finansowania kontraktów handlowych,	
		w szerszym zakresie fakty, pojęcia i zależności związane z zakupem towarów.	w szerszym zakresie zadania związane z procesem zakupu towarów,	narzędzia informatyczne wspomagające planowanie zakupu towarów,	sposoby planowania zakupu towarów,	
			zasady zarządzania małym zespołem.	w szerokim zakresie uwarunkowania, teorie, metody i zależności między planowaniem a wynikami w przedsiębiorstwie.	metody organizacji zakupu towarów oraz występujące w tym zakresie trendy.	
	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	UID P 2	UID P 3	UID P 4	UID P 5	UID P 6	UID P 7
UMIĘTNOŚCI		realizować zadania i rozwiązywać niezbyt złożone problemy związane z planowaniem zakupu towarów,	przygotować wstępny plan zakupu towarów i korygować go stosownie do uwarunkowań,	samodzielnie realizować cele operacyjne,	rozpoznawać i wykorzystywać aktualne trendy w organizacji zakupu towarów,	
		wykonywać zadania według ogólnej instrukcji w zmiennych warunkach,	realizować umiarkowane złożone zadania z zakresu organizacji i planowania zakupu towarów,	zaplanować i zorganizować zakup towarów i postępować zgodnie z zasadami racjonalnego zakupu towarów,	zarządzać warunkami dostaw płatności,	
		komunikować się z przełożonymi i współpracownikami,	planować własny rozwój zawodowy w zakresie sektora handlu,	odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące szerokiego zakresu zagadnień z dziedziny organizacji zakupu towarów,	korzystać z oprogramowania wspomagającego planowanie zakupu towarów,	kalkulować koszty zakupu towarów,
		formułować i odbierać proste wypowiedzi i prowadzić podstawową konwersację z klientami i partnerami handlowymi w języku obcym dotyczące organizacji zakupu towarów.	odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące szerokiego zakresu zagadnień z dziedziny organizacji zakupu towarów,	odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym, prowadzić konwersację z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej organizacji i planowania zakupu towarów.	przewodzić analizę czynników pozakontraktowych,	

					oceny działań zespołu, którym kieruje, i przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań,	promowania rozwoju podległego zespołu zakupowego.	
					organizowania współpracy z innymi zespołami.		
NEGOCJACJE – KONTEKST SEKTOROWY E							
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7	
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	
	W I E P 2	W I E P 3	W I E P 4	W I E P 5	W I E P 6	W I E P 7	
				w szerokim zakresie teorii i praktyki negocjacyjne w handlu,	w zaawansowanym stopniu różnorodnie strategię i konteksty negocjacyjne przedsiębiorstw handlowych,	w pogłębiony sposób różnorodnie strategię i konteksty negocjacyjne przedsiębiorstw handlowych,	
				zasady i sposoby negocjacji handlowych,	rolę negocjacji w uzyskaniu sukcesu handlowego,	zasady wsparcia negocjacji przez zewnętrznych ekspertów oraz złożone zależności między zasadami a etapami procesu negocjacyjnego,	
				zasady rządzące negocjowaniem w różnym otoczeniu biznesowym,	zasady wsparcia negocjacji przez zewnętrznych ekspertów,	relacje zespołów negocjacyjnych z pozostałymi działami w przedsiębiorstwie,	
				bariery negocjacyjne oraz modele efektywnościowe negocjowania, np. BATNA (od ang. <i>best alternative to a negotiated agreement</i>).	zasady tworzenia i kierowania zespołami negocjacyjnymi na każdym z etapów dialogu negocjacyjnego,	w pogłębiony sposób zróżnicowane techniki negocjacyjne stosowane w branżach handlowych różnych kultur,	
					w zaawansowanym stopniu zróżnicowane techniki negocjacyjne stosowane w branżach handlowych i w różnych kulturach.	sposoby porządkujące pracę zespołów negocjacyjnych, włączając w to wiedzę etyczną oraz wiedzę z zakresu CSR (od ang. <i>corporate social responsibility</i>), zrelatywizowaną do wielokulturowego otoczenia biznesowego i społecznego.	
WIEDZA							

POTRAFI UIEP 2	POTRAFI UIEP 3	POTRAFI UIEP 4	POTRAFI UIEP 5	POTRAFI UIEP 6	POTRAFI UIEP 7
			powoływać zespoły negocjacyjne,	budować i wdrażać alternatywne scenariusze i strategię negocjacyjne,	analizować i oceniać wielokryterialnie sytuacje rynkowe oraz decydować o potrzebach i typach stosowanych negocjacji,
			określać obszary brzegowe (ZOPA – od. ang. <i>zone of possible agreement</i> , BATNA, WATNA – od ang. <i>worst alternative to a negotiated agreement</i> itp.),	skutecznie oceniać czas i warunki włączania schematów efektywnościowych, np. BATNA,	planować działania negocjacyjne na wszystkich etapach i przygotować zespoły negocjacyjne,
			uwzględniać plany przedsiębiorstwa handlowego oraz alternatywne koncepcje negocjacji,	dobierać skład zespołu negocjacyjnego, analizować jego zaplecze pracy,	komunikować się z otoczeniem rynkowym, oceniać potencjały negocjacyjne partnerów,
			dobierać metodę negocjacyjną do uwarunkowań innych kultur biznesowych,	zarządzać procesem negocjacyjnym przedsiębiorstwa,	organizować wsparcie eksperckich zespołów negocjacyjnych,
			identyfikować bariery negocjacyjne i dzielić pracę w zespole,	określać poziom korzyści przy zróżnicowanych wynikach negocjacji,	definiować i zatwierdzać tzw. ZOPA, typy kompromisów, BATNA itp.,
			sięgać do typowych taktyk negocjacji i wykazać się elastycznością w ich stosowaniu,	sporządzać strategię negocjacyjne i plany negocjacji,	wbudowywać cele z zakresu CSR w strategię ekonomiczną przedsiębiorstwa,
			wpracowywać kompromis negocjacyjny,	przygotowywać zespoły do negocjacji,	organizować proces wspólnego kształcenia się,
			odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej eksportu i importu.	motywować negocjatorów i budować ich autorytet,	odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej eksportu i importu.

UMIĘTNOŚCI

JEST GOTÓW DO		JEST GOTÓW DO		JEST GOTÓW DO	
K I E P 2	K I E P 3	K I E P 4	K I E P 5	K I E P 6	K I E P 7
			podjęwania zadań negocjacyjnych,	przekazywania i egzekwowania zasad negocjacji i przestrzegania etyki zawodowej w procesie negocjacyjnym,	organizowania struktur i tworzenia mechanizmów rozwoju zawodowego w zakresie negocjacji,
			ponoszenia odpowiedzialności za przygotowanie i kierowanie zespołem negocjacyjnym,	systematycznego podwyższania kwalifikacji,	kreowania pożądanych cech potencjalnych negocjatorów, takich jak asertywność, dążenie do kompromisu, szacunek dla profesjonalizmu i etyki zawodowej,
			współdziałania w trakcie przygotowań do negocjacji i w trakcie negocjowania, uwzględniając wiedzę i umiejętności członków zespołu,	samosdzielonego podejmowania decyzji oraz ponoszenia odpowiedzialności za planowanie i realizację zadań zespołów negocjacyjnych.	oceny własnych działań i ponoszenia odpowiedzialności za wprowadzone korekty w procesach negocjacji,
			oceny działań własnych i pracy zespołu,		właściwego kierowania zespołem ze szczególnym uwzględnieniem etyki i kooperacyjnego podejścia do negocjacji.
			przyjmowania pozytywnej postawy wobec uczenia się i podnoszenia kwalifikacji.		
KOMPETENCJE SPOŁECZNE					

ZAMAWIANIE TOWARÓW I ZARZĄDZANIE ZAPASAMI – KONTEKST SEKTOROWY F						
POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7	
ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
W I F P 2	W I F P 3	W I F P 4	W I F P 5	W I F P 6	W I F P 7	W I F P 7
	w podstawowym zakresie terminologię z obszaru towaroznawstwa,	w szerszym zakresie terminologię z obszaru towaroznawstwa i informacje charakteryzujące towary (kody, oznaczenia, znaki i normy),	w szerokim zakresie terminologię z obszaru towaroznawstwa i informacje charakteryzujące towary (kody, oznaczenia, znaki i normy),	w zaawansowanym stopniu terminologię z obszaru towaroznawstwa i informacje charakteryzujące towary (kody, oznaczenia, znaki i normy),		
	informacje charakteryzujące towary (kody, oznaczenia, znaki i normy),	w szerszym zakresie wiedzy na temat zamawianych towarów,	w szerokim zakresie cechy zamawianych towarów,	specyfikacje zamawianych towarów, zasady zamawiania towarów,		
	podstawowe właściwości zamawianych towarów,	typowe i powszechnie stosowane zasady zamawiania towarów,	w szerokim zakresie zasady zamawiania towarów,	różnorodne metody zarządzania zapasami oraz transportem,		
	podstawowe zasady zamawiania towarów,	metody zarządzania zapasami,	wybrane metody zarządzania zapasami oraz transportem,	w zaawansowanym stopniu rodzaje zapasów oraz czynniki kształtujące wielkość i strukturę zapasów,		
	typowe metody zarządzania zapasami oraz transportem,	metody zarządzania transportem,	w szerokim zakresie rodzaje zapasów oraz czynniki kształtujące wielkość i strukturę zapasów,	różnorodne strategie w zarządzaniu zapasami,		
	rodzaje klasyfikacji zapasów i w szerszym zakresie mierniki zapasów,	rodzaje zapasów oraz czynniki kształtujące wielkość i strukturę zapasów,	mierniki zapasów,	różnorodne mierniki zapasów,		
	elementarne standardy rachunku ekonomicznego w zarządzaniu zapasami,	wybrane mierniki zapasów,	istotę i standardy rachunku ekonomicznego w zarządzaniu zapasami,	w zaawansowanym stopniu istotę i standardy rachunku ekonomicznego w zarządzaniu zapasami,		
	podstawowe metody i narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zapasami.	podstawowe standardy rachunku ekonomicznego w zarządzaniu zapasami,	w szerokim zakresie wykorzystywane metody i narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zapasami.	w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zapasami.		
WIEDZA						

		przygotowywać niezbyt złożone raporty w przyjętym przez przedsiębiorstwo obiegu informacji o towarach,	stosować techniki informacyjno-komunikacyjne,	stosować techniki informacyjno-komunikacyjne,	stosować zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne,	
		odbierać i przekazywać informacje z przeznaczonymi i członkami zespołu pracowniczego związane z zamawianiem towarów,	przygotowywać umiarkowanie złożone raporty w przyjętym przez przedsiębiorstwo obiegu informacji o zamawianiu towarów i zarządzaniu zapasami,	przeprowadzać rozmowy z kontrahentami,	przeprowadzać specjalistyczne rozmowy z kontrahentami,	
		odbierać i formułować proste wypowiedzi w języku obcym w zakresie zamawiania towarów.	uzgadniać przydzielone zadania i pracę własną z przełożonymi i członkami zespołu pracowniczego,	przygotowywać raporty i analizy ilościowe w przyjętym przez przedsiębiorstwo handlowe obiegu informacji,	wykorzystywać zasady rachunku ekonomicznego do efektywnego zarządzania zasobami ludzkimi i towarowymi,	
			prowadzić instruktaż i wewnątrzzakładowe stanowiskowe szkolenia zawodowe,	odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej zamawiania towarów i zarządzania zapasami.	odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej zamawiania towarów i zarządzania zapasami.	
			odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące zamawiania towarów i zarządzania zapasami.			

JEST GOTÓW DO	K I F P 2	JEST GOTÓW DO	K I F P 3	JEST GOTÓW DO	K I F P 4	JEST GOTÓW DO	K I F P 5	JEST GOTÓW DO	K I F P 6	JEST GOTÓW DO	K I F P 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE											
		współdziałania w ramach zespołu pracowniczego,	działania w ramach zespołu oraz współpracy z innymi osobami lub zespołami w przedsiębiorstwie,	działania w ramach zespołu oraz współdziałania z innymi osobami lub zespołami w przedsiębiorstwie,	działania w ramach zespołu z innymi osobami lub zespołami w przedsiębiorstwie,	działania w ramach zespołu oraz współdziałania z innymi osobami lub zespołami w przedsiębiorstwie,	działania w ramach zespołu z innymi osobami lub zespołami w przedsiębiorstwie,	działania w ramach zespołu oraz współdziałania z innymi osobami lub zespołami w przedsiębiorstwie,	działania w ramach zespołu oraz współdziałania z innymi osobami lub zespołami w przedsiębiorstwie i poza nim, przestrzegając zasad obowiązujących w dziedzinie działalności zawodowej, dotyczących utrzymywania jakości prowadzonej działalności oraz kultury współpracy i kultury konkurencji,	działania w ramach zespołu oraz współdziałania z innymi osobami lub zespołami w przedsiębiorstwie i poza nim, przestrzegając zasad obowiązujących w dziedzinie działalności zawodowej, dotyczących utrzymywania jakości prowadzonej działalności oraz kultury współpracy i kultury konkurencji,	
		przyjmowania odpowiedzialności za powierzone zadania w procesie zamawiania towarów i kontroli zapasów,	przyjęcia odpowiedzialności za realizację powierzonych zadań w procesie zamawiania towarów i kontroli zapasów,	przyjęcia odpowiedzialności związanej z zakupem towarów oraz powierzonymi zadaniami w procesie zamawiania towarów i kontroli zapasów,	przyjęcia odpowiedzialności związanej z zakupem towarów oraz powierzonymi zadaniami w procesie zamawiania towarów i kontroli zapasów,	przyjęcia odpowiedzialności związanej z zakupem towarów oraz powierzonymi zadaniami w procesie zamawiania towarów i kontroli zapasów,	przyjęcia odpowiedzialności związanej z zakupem towarów oraz powierzonymi zadaniami w procesie zamawiania towarów i kontroli zapasów,	podjęcia ryzyka handlowego związanego z zakupem towarów oraz krytycznej oceny przejawiającej się w wyciążeniu i stosowaniu się do wniosków z przeprowadzonych kontroli zapasów,	podjęcia ryzyka handlowego związanego z zakupem towarów oraz krytycznej oceny przejawiającej się w wyciążeniu i stosowaniu się do wniosków z przeprowadzonych kontroli zapasów,		
		rzetelnej oceny efektów pracy własnej,	partnerskiego dialogu z przełożonymi,	partnerskiego dialogu z przełożonymi,	partnerskiego dialogu z przełożonymi,	partnerskiego dialogu z przełożonymi,	partnerskiego dialogu z przełożonymi,	ponoszenia odpowiedzialności za skutki działań w zakresie wyboru strategii zarządzania zasobami,	ponoszenia odpowiedzialności za skutki działań w zakresie wyboru strategii zarządzania zasobami,		
		stosowania zasad komunikacji ze współpracownikami obowiązujących w przedsiębiorstwie z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających z odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników.	stosowania zasad kultury współpracy ze współpracownikami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających z odpowiedzialności społecznej i wewnątrzzespołowej pracowników.	stosowania zasad kultury współpracy z uwzględnieniem zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności i odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników,	stosowania zasad kultury współpracy z uwzględnieniem zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności i odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników,	stosowania zasad kultury współpracy z uwzględnieniem zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności i odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników,	stosowania zasad kultury współpracy z uwzględnieniem zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności i odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników,	powielania zasad kultury współpracy z kontrahentami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności i odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników.	powielania zasad kultury współpracy z kontrahentami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności i odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników.		

					krytycznej oceny własnej pracy w kontekście wniosków z przeprowadzonych kontroli zapasów,				
					stosowania zasady kultury współpracy z kontrahentami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności.				
ZARZĄDZANIE MAGAZYNEM; PRZYJĘCIE DOSTAWY, KONTROLA WARUNKÓW DOSTAWY I JAKOŚCI TOWARÓW; EKSPEDYCJA – KONTEKST SEKTOROWY G									
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7			
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE			
	WIG P 2	WIG P 3	WIG P 4	WIG P 5	WIG P 6	WIG P 7			
	najbardziej podstawowe pojęcia i typowe nazewnictwo związane z wykonywanymi działaniami zawodowymi w zakresie magazynowania,	w szerszym zakresie zasady gospodarki magazynowej,	typowe metody i technologie stosowane w procesach magazynowania,	w szerokim zakresie metody i technologie stosowane w procesach magazynowania,	w zaawansowanym stopniu podstawy teoretyczne metod i technologii stosowanych w procesach magazynowania, standardy, kryteria i metody oceny towarów,	w pogłębiony sposób aspekty teoretyczne metod i technologii stosowanych w procesach magazynowania w powiązaniu z wiedzą z zakresu towaroznawstwa,			
WIEDZA	podstawowe zasady gospodarki magazynowej,	zasady i procedury przyjęcia towaru do magazynu i odbioru towaru z magazynu,	typowe kryteria i metody oceny towaru,	wybrane kryteria i metody oceny towaru,	w zaawansowanym stopniu towaroznawstwo i zasady magazynowania, najnowsze trendy i osiągnięcia w tych obszarach,	najnowsze trendy i osiągnięcia w tych obszarach,			
	podstawowe procedury przyjęcia towaru do magazynu i odbioru towaru z magazynu,	w szerszym zakresie zasady działania i postępowania się narzędziami, maszynami i urządzeniami używanymi w zarządzaniu dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	podstawowe informacje z zakresu towaroznawstwa,	w szerokim zakresie towaroznawstwo,	zaawansowane kryteria i złożone metody oceny towaru,	różnorodne kryteria i złożone metody oceny towaru,			

zasady działania i posługiwania się narzędziami, maszynami i urządzeniami używanymi w zarządzaniu dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	w szerszym zakresie zasady, procedury i normy bezpieczeństwa i higieny pracy odnoszące się do wykonywanych zadań w magazynie,	podstawowe procedury analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP, od ang. <i>hazard analysis and critical control points</i>),	procedury analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP),	procedury analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP),	w sposób zaawansowany procedury analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP),
zasady, procedury i normy bezpieczeństwa i higieny pracy odnoszące się do wykonywanych zadań w magazynie,	typowe, przyjęte przez przedsiębiorstwo kryteria i metody oceny towaru,	metody i znaczenie oznakowania towarów,	metody i znaczenie oznakowania towarów,	metody i znaczenie oznakowania towarów,	metody i znaczenie oznakowania towarów
podstawowe warunki i techniki przechowywania towarów oraz zasady transportu wewnętrznego,	warunki i techniki przechowywania towarów oraz zasady transportu wewnętrznego,	typowe i często stosowane metody i technologie gospodarki magazynowej, a także właściwe przepisy, zasady i procedury przyjęcia towaru do magazynu i odbioru towaru z magazynu,	w szerokim zakresie zasady gospodarki magazynowej, w tym przepisy, zasady i procedury przyjęcia towaru do magazynu i odbioru towaru z magazynu,	w sposób zaawansowany zasady gospodarki magazynowej, w tym w szczególności przepisy, zasady i procedury przyjęcia towaru do magazynu i odbioru towaru z magazynu,	w pogłębiony sposób zasady gospodarki magazynowej, w tym w szczególności przepisy, zasady i procedury przyjęcia towaru do magazynu i odbioru towaru z magazynu,
podstawowe zasady dotyczące przeprowadzania inwentaryzacji.	podstawową znajomość procedur analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP),	obowiązujące przepisy bezpieczeństwa i higieny pracy odnoszące się do gospodarki magazynowej,	warunki i techniki przechowywania towarów,	w stopniu zaawansowanym warunki i techniki przechowywania towarów oraz transportu wewnętrznego,	w zaawansowanym stopniu warunki i techniki przechowywania towarów oraz transportu wewnętrznego,
	znaczenie oznakowań towarów,	warunki i techniki przechowywania towarów oraz transportu wewnętrznego w szerszym zakresie,	znaczenie utrzymywania właściwych stanów magazynowych,	w zaawansowanym stopniu znaczenie utrzymywania właściwych stanów magazynowych,	w pogłębiony sposób znaczenie utrzymywania właściwych stanów magazynowych,
	podstawy inwentaryzacji,	znaczenie utrzymywania właściwych stanów magazynowych,	w szerokim zakresie warunki, nowoczesne narzędzia i systemy informatyczne,	różnorodne i złożone metody i technologie, nowoczesne narzędzia, systemy informatyczne i procedury zarządzania dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	w pogłębiony sposób warunki, nowoczesne narzędzia, systemy informatyczne i procedury zarządzania dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,
	typowe zasady gospodarki opakowaniami,	podstawowe narzędzia, systemy informatyczne i procedury zarządzania dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	procedury zarządzania dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	w pełni proces inwentaryzacji,	w zaawansowany sposób znaczenie inwentaryzacji w zarządzaniu magazynem,

	ogólne przepisy dotyczące transportu towarów,	w szerszym zakresie podstawy inwentaryzacji i zasady gospodarki opakowaniami,	w szerokim zakresie proces inwentaryzacji,	w zaawansowanym stopniu zasady gospodarki opakowaniami,	w pogłębiony sposób zasady gospodarki opakowaniami,
	typowe procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	w szerszym zakresie przepisów dotyczących transportu towarów i procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	w szerokim zakresie zasad gospodarki opakowaniami,	rynek usług transportowych i kurierskich,	rynek usług transportowych i kurierskich,
			w szerokim zakresie rynku usług transportowych i kurierskich,	przepisy dotyczące transportu towarów,	przepisy dotyczące transportu towarów,
			w szerokim zakresie przepisów dotyczących transportu towarów oraz procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	przepisy i procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	szczegółowo przepisy i procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.
	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	UIG P 2	UIG P 3	UIG P 4	UIG P 5	UIG P 6
	wyszukiwać, porównywać i oceniać proste informacje potrzebne do wykonywania działań w zakresie magazynowania, dostępne również w formie elektronicznej,	przygotowywać i korygować stosownie do okoliczności plan wykonywania niezbyt złożonych zadań z zakresu magazynowania,	przygotowywać i korygować stosownie do warunków plan procesów magazynowania,	przygotowywać plan działań dotyczący zadań gospodarki magazynowej, własnych i zespołu, którym kieruje, z uwzględnieniem zmiennych, dających się przewidzieć warunków oraz, stosownie do okoliczności, korygować plan w gospodarce magazynowej,	przygotowywać plan działania w gospodarce magazynowej z uwzględnieniem zmiennych, nie w pełni przewidywalnych warunków, korygować plan działania stosownie do okoliczności,
	stosować instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,	stosować instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,	prawidłowo wykorzystywać słownictwo z zakresu towaroznawstwa i magazynowania,	śledzić rozwój rozwiązań w gospodarce magazynowej, uwarunkowania prawne oraz lokalne konteksty,	monitorować rozwój gospodarki magazynowej i transportu oraz ich międzynarodowe uwarunkowania i konteksty,
UMIĘTNOŚCI	przeprowadzić pod nadzorem odbiór jakościowy i ilościowy towaru według zasad ogólnych warunków dostaw (OWD),	przeprowadzać odbiory jakościowe i ilościowe towarów według zasad ogólnych warunków dostaw (OWD),	stosować instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,	wdrażać zasady i instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,	analizować i oceniać prowadzoną gospodarkę magazynową w perspektywie trendów rozwojowych,

zweryfikować według ogólnej instrukcji dokumenty,	zweryfikować dokumenty według dostępnych instrukcji,	przeprowadzać odbiory jakościowe i ilościowe towarów według zasad ogólnych warunków dostaw (OWD),	przeprowadzać odbiory jakościowe i ilościowe towarów według zasad ogólnych warunków dostaw (OWD),	przeprowadzać odbiory jakościowe i ilościowe towarów według zasad ogólnych warunków dostaw (OWD),	tworzyć zbiory zasad oznaczania i pozycjonowania towarów w magazynie,	tworzyć i modyfikować zasady i instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,
oceniać zgodność towaru dostarczonego z deklarowanym,	oceniać zgodność towaru dostarczonego z deklarowanym,	weryfikować do dokumenty, oceniać ilościowo zgodność towaru dostarczonego z deklarowanym,	weryfikować dokumenty, ocenić ilościowo zgodność towaru dostarczonego z deklarowanym,	weryfikować dokumenty, ocenić ilościowo zgodność towaru dostarczonego z deklarowanym,	opracowywać proces weryfikacji dokumentów, oceny zgodności towaru dostarczonego z deklarowanym,	dobierać i obsługiwać narzędzia informatyczne w gospodarce magazynowej, w tym zaawansowane środki komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej,
stosować zasady oznakowania towarów,	przestrzegać procedur obiegu dokumentów w procesach przyjęcia towarów do magazynu i wydania towarów z magazynu,	kierować oznaczony towar do magazynu,	kierować oznaczony towar do magazynu,	kierować oznaczony towar do magazynu,	dobierać metody, technologie i procedury oznakowania towarów,	analizować rynek i wskazać wytyczne do odnalezienia najkorzystniejszej oferty transportowej i kurierskiej,
używać typowego wyposażenia stanowiska pracy związanego z przygotowaniem wysyłki towarów,	stosować procedury HACCP,	monitorować stosowanie zasad oznakowania towarów,	monitorować stosowanie zasad oznakowania towarów,	monitorować stosowanie zasad oznakowania towarów,	tworzyć procedury obiegu dokumentów w procesach przyjęcia towarów do magazynu i wydania towarów z magazynu,	wyznaczać zasady negocjacji umów kurierskich i transportowych,
wykorzystywać przydzielone narzędzia informatyczne w gospodarce magazynowej i spedycji z uwzględnieniem wymogów bezpieczeństwa,	stosować procedury dotyczące zwrotu towarów,	prowadzić gospodarkę magazynową wirtualną i rzeczyswistą w oparciu o dostępne procedury i narzędzia informatyczne,	prowadzić gospodarkę magazynową wirtualną i rzeczyswistą w oparciu o dostępne procedury i narzędzia informatyczne,	prowadzić gospodarkę magazynową wirtualną i rzeczyswistą w oparciu o dostępne procedury i narzędzia informatyczne,	analizować i planować stany magazynowe,	właściwie interpretować i przypisywać źródła prawne przepisów powiązanych z gospodarką magazynową,
przygotowywać zwrot towarów do dostawcy,	przygotowywać wysyłkę towarów,	opracowywać i prowadzić elementy dokumentacji dotyczącej umiarkowanie złożonych procedur obiegu dokumentów w procesach przyjęcia towarów do magazynu i wydania towarów z magazynu,	opracowywać i prowadzić elementy dokumentacji dotyczącej umiarkowanie złożonych procedur obiegu dokumentów w procesach przyjęcia towarów do magazynu i wydania towarów z magazynu,	opracowywać i prowadzić elementy dokumentacji dotyczącej umiarkowanie złożonych procedur obiegu dokumentów w procesach przyjęcia towarów do magazynu i wydania towarów z magazynu,	aplikować procedury HACCP,	ustalać wytyczne procedury kierowania zespołem pracowniczym,
organizować pod kierunkiem prac własną i swoje stanowisko pracy.	przygotowywać proces zwrotu towarów do dostawcy,	stosować procedury HACCP,	stosować procedury HACCP,	stosować procedury HACCP,	organizować proces inwentaryzacji magazynu,	kierować pracami zespołu z uwzględnieniem potrzeby permanentnego monitorowania rynku i aplikacji nowych rozwiązań,

		używać wyposażenia stanowiska pracy oraz wykorzystywać przydzielone narzędzia informatyczne w gospodarce magazynowej i spedycji z uwzględnieniem wymogów bezpieczeństwa,	przeprowadzać procesy inwentaryzacji magazynów,	wdrażać i korygować zasady gospodarki opakowaniami, procedury dotyczące zwrotu towarów,	tworzyć, wdrażać i korygować zasady gospodarki opakowaniami,	odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej zarządzania magazynem, przyjęcia dostawy, kontroli warunków dostawy i jakości towarów oraz ekspedycji.
	organizować pracę małego zespołu pracowniczego realizującego niezbyt złożone zadania gospodarki magazynowej.	monitorować stosowanie zasad gospodarki opakowaniami i procedur dotyczących zwrotu towarów,	wykorzystywać narzędzia informatyczne w gospodarce magazynowej i spedycji, planować i nadzorować przygotowanie i wysyłkę towarów,	tworzyć, wdrażać i kontrolować procedury dotyczące zwrotu towarów,	tworzyć, wdrażać i kontrolować procedury dotyczące zwrotu towarów,	
		wykorzystywać dostępne narzędzia informatyczne w gospodarce magazynowej i spedycji,	planować i nadzorować proces zwrotu towarów do dostawcy,	planować i nadzorować proces zwrotu towarów do dostawcy,	innowacyjnie wykorzystywać narzędzia informatyczne w gospodarce magazynowej i spedycji,	
		organizować przygotowanie i wysyłkę towarów,	kierować małym zespołem pracowniczym realizującym umiarkowanie złożone zadania gospodarki magazynowej w zmiennych, ale przewidywalnych warunkach,	kierować małym zespołem pracowniczym realizującym umiarkowanie złożone zadania gospodarki magazynowej w zmiennych, ale przewidywalnych warunkach,	monitorować oferty transportowe i kurierskie na rynku,	
		organizować proces zwrotu towarów do dostawcy,	organizować proces zwrotu towarów do dostawcy,	wykazywać potrzeby permanentnego podnoszenia kwalifikacji,	negocjować umowy transportowe i kurierskie,	
		kierować małym zespołem pracowniczym,	kierować małym zespołem pracowniczym,	odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej zarządzania magazynem, przyjęcia dostawy, kontroli warunków dostawy i jakości towarów oraz ekspedycji.	nadzorować przygotowanie i wysyłkę towarów,	

kontrolowania własnej pracy i ponoszenia odpowiedzialności za jej wyniki,	współdziałania i rzetelnego komunikowania się w sposób, który nie zakłóca przyjętego modelu obiegu informacji,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki własnych działań oraz działań podległego małego zespołu pracowników, podejmowanych dla zapewnienia jakości towarów i efektywnej gospodarki magazynowej,	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z pracownikami w zakresie gospodarki magazynowej,	podjęmania decyzji w sytuacjach trudnych,	promowania efektywnej jakościowo gospodarki magazynowej,
utrzymywania właściwych relacji w zespole pracowniczym.	przyjmowania odpowiedzialności za bezpośrednie i odroczone w czasie skutki wykonywania powierzonych zadań w gospodarce magazynowej,	uwzględniania społecznych i ekonomicznych skutków sposobu gospodarowania opakowaniami i ponoszenia związanej z tym odpowiedzialności,	zachowań asertywnych w kontaktach z dostawcami,	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z pracownikami w zakresie gospodarki magazynowej,	podjęmania decyzji w sytuacjach wysokiego ryzyka,
	akceptowania właściwych relacji w zespole pracowniczym.	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z pracownikami w zakresie gospodarki magazynowej,	korzystania z utworzonych procedur w zakresie zwrotu towarów,	zachowań asertywnych w kontaktach z dostawcami,	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z pracownikami w zakresie gospodarki magazynowej,
		zachowań asertywnych w kontakcie z dostawcami,	utrzymywania właściwych relacji w zespole pracowniczym z uwzględnieniem interesu społecznego i zasad etycznych.	tworzenia procedur i korzystania z już istniejących w zakresie zwrotu towarów przy zachowaniu zasad kultury współpracy,	utrzymywania właściwych relacji w zespole pracowniczym z uwzględnieniem interesu społecznego, zasad etycznych i wzorców właściwego postępowania.
		utrzymywania właściwych relacji w podległym zespole pracowniczym z uwzględnieniem interesu społecznego.	utrzymywania właściwych relacji w zespole pracowniczym z uwzględnieniem interesu społecznego, zasad etycznych i wzorców właściwego postępowania.		

CHARAKTERYSTYKI POZIOMÓW SRKH WYZNACZNIK SEKTOROWY II – SPRZEDAŻ						
ZARZĄDZANIE OFERTĄ ASORTYMENTOWĄ I SPRZEDAŻĄ – KONTEKST SEKTOROWY H						
POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7	
ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
WIIHP 2	WIIHP 3	WIIHP 4	WIIHP 5	WIIHP 6	WIIHP 7	
	w szerszym zakresie rodzaje asortymentu,	w szerszym zakresie znaczenie asortymentu dla sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa w sektorze handlu,	w szerokim zakresie znaczenie asortymentu dla sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa w sektorze handlu,	w zaawansowanym stopniu znaczenie asortymentu dla sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa w sektorze handlu,	znaczenie asortymentu towarowego i sprzedaży dla sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa w sektorze handlu,	
	podstawowe rodzaje cen,	w szerszym zakresie struktury asortymentu, podstawowe rodzaje cen,	pojęcie i cele polityki asortymentowej,	pojęcie i cele polityki asortymentowej,	pojęcie i cele polityki asortymentowej,	
	podstawy zarządzania kategorią produktów,	typowe i często stosowane metody analizy progno rentowności i obliczania marży,	podstawowe rodzaje asortymentu,	różnorodne kryteria kształtowania asortymentu w zaawansowanym stopniu oraz różnorodne metody analizy oferty asortymentowej,	w sposób pogłębiony kryteria kształtowania asortymentu towarowego,	
	typowe metody, zasady postępowania i techniki pracy wymagającej bezpośrednich kontaktów z klientami oraz metody sprzedaży,	typowe zasady planowania asortymentu,	metody analizy oferty asortymentowej,	teorie obejmujące rodzaje asortymentu, cen i złożone zasady kształtowania cen i marż,	różnorodne, złożone rodzaje asortymentu, cen, metody kształtowania cen i marż,	
	w szerszym zakresie zasady organizacji sprzedaży na poszczególnych jej etapach,	podstawy problematyki zarządzania kategorią produktów,	rodzaje cen oraz zasady kształtowania cen i marż,	w zaawansowanym stopniu metody analizy progno rentowności i obliczania różnorodnych marż,	różnorodne, złożone metody analizy progno rentowności i obliczania marży,	
	procedury i instrukcje dotyczące zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów,	typowy proces sprzedażowy i często stosowane metody sprzedaży,	w szerokim zakresie kryteria kształtowania asortymentu,	w stopniu zaawansowanym problematykę zarządzania kategorią towarów,	metody planowania i analizy asortymentu,	
	podstawowe przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta, ochrona danych osobowych),	typowe zasady organizacji sprzedaży na poszczególnych jej etapach oraz dokumentację z tym związaną,	metody analizy progno rentowności i obliczania różnorodnych marż,	różnorodne metody i technologie sprzedaży,	różnorodne, złożone metody sprzedaży,	

WIEDZA

		podstawowe dokumenty sprzedażowe i procedury reklamacyjne,	podstawowe dokumenty i procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów oraz dokumentację z tym związaną,	w szerszym zakresie warunki i procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów oraz dokumentację z tym związaną,	w szerokim zakresie problematykę zarządzania kategorią towarów,	w sposób zaawansowany proces sprzedażowy oraz zasady organizacji sprzedaży na poszczególnych jego etapach,	procesy sprzedaży i zasady organizacji sprzedaży na poszczególnych jej etapach,
		zasady działania i posługiwania się urządzeniami rejestrującymi sprzedaż, maszynami i urządzeniami używanymi na stanowisku pracy w prowadzeniu sprzedaży,	podstawowe przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta, ochrona danych osobowych),	proces i metody sprzedaży,	procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów,	różnorodne procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów,	w pogłębiony sposób warunki i procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów,
		zasady bezpieczeństwa i higieny pracy w posługiwaniu się maszynami i urządzeniami używanymi w procesie przygotowania i prowadzenia sprzedaży,	typowe i ogólnie stosowane procedury minimalizowania i zapobiegania stratom,	organizację sprzedaży na poszczególnych jej etapach,	organizację sprzedaży na poszczególnych jej etapach,	w sposób zaawansowany różnorodne przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta, ochrona danych osobowych),	najnowsze strategie sprzedaży w sektorze handlu,
			zasady działania i posługiwania się urządzeniami rejestrującymi sprzedaż, maszynami i urządzeniami używanymi w procesie przygotowania i prowadzenia sprzedaży,	warunki i procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów,	warunki i procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów,	różnorodne procedury minimalizowania i zapobiegania stratom,	przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta, ochrona danych osobowych),
			zasady bezpieczeństwa i higieny pracy w posługiwaniu się maszynami i urządzeniami używanymi w procesie przygotowania i prowadzenia sprzedaży,	podstawy strategii sprzedaży,	podstawy strategii sprzedaży,	podstawowe zasady dotyczące ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w handlu.	zasady dotyczące ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w handlu.
				przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta, ochrona danych osobowych),	przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta, ochrona danych osobowych),		
				w szerokim zakresie procedury zapobiegania i minimalizowania strat.	w szerokim zakresie procedury zapobiegania i minimalizowania strat.		

POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
UIIHP 2	UIIHP 3	UIIHP 4	UIIHP 5	UIIHP 6	UIIHP 7		
	identyfikować towary w obrębie określonego asortymentu, według ogólnych instrukcji prezentować ofertę asortymentową i dostosowywać ją do potrzeb klienta, prezentować ceny i finalizować transakcje sprzedaży, przyjmować zapłatę za towar i dokonywać zwrotu płatności za towar zgodnie z przepisami prawa oraz wewnętrznymi uregulowaniami przedsiębiorstwa w zakresie gospodarowania towarami i finansami, stosować wskazane metody sprzedaży i nowoczesne technologie sprzedaży,	organizować działania związane z zarządzaniem procesem sprzedaży, śledzić rynek właściwy w odmiennych procesach sprzedażowych, prowadzić dokumentację sprzedaży, zapasów, cen i marż, wdrażać do sprzedaży ofertę asortymentową, monitorować ilość i jakość towarów w procesie sprzedaży, przeprowadzać analizę ilościową oferty towarowej, wykorzystując wskazane metody, korygować, optymalizować zapasy, stosować wskazane metody sprzedaży i wdrażać nowoczesne technologie sprzedaży w kierowaniu małym zespołem pracowniczym,	zarządzać kategorią produktów, śledzić rynkową ofertę asortymentową i analizować ją w kontekście oferty własnej, dobierać odpowiednie programy analityczne do optymalizacji oferty asortymentowej, planować i rekomendować dostosowanie oferty asortymentowej do potrzeb rynkowych, przeprowadzać analizę cen i optymalizować marżę, sporządzać dokumentację pracy własnej nad asortymentem oraz analizować i oceniać swoje kompetencje zawodowe, w obszarze zarządzania kategorią towarów korzystać z możliwości jej poszerzania,	formułować cele polityki asortymentowej, formułować ofertę asortymentową i dostosowywać ją do potrzeb rynkowych według wskazanej strategii, dobierać skuteczne i innowacyjne metody analizy cen i optymalizować marżę, cen i potrzeb rynkowych, przeprowadzić analizę oferty, wykorzystując różne metody diagnozy rynkowej, wykorzystywać złożone programy analityczne do optymalizacji oferty asortymentowej, planować proces zarządzania kategorią towarów, opracowywać strategię sprzedaży z uwzględnieniem analiz rynkowych, modyfikować metody sprzedaży i technologie sprzedażowe z wykorzystaniem nowej wiedzy,	monitorować rynek konsumencki i występujące na nim trendy, formułować cele polityki asortymentowej z uwzględnieniem prognozy zmian rynkowych, określać zakres oferty asortymentowej w odniesieniu do potrzeb rynkowych, wyznaczać założenia polityki cenowej i marżowej, opracowywać strategię sprzedaży z uwzględnieniem analiz rynkowych, modyfikować metody sprzedaży i technologie sprzedażowe z wykorzystaniem nowej wiedzy, oceniać działania związane z procesem sprzedaży,		
UMIĘTNOŚCI							

				wykorzystywać istniejące standardy i dostępne technologie związane z zabezpieczeniem towarów,	wdrażać metody sprzedaży i nowoczesne technologie sprzedażowe,	diagnozować działania związane z procesem sprzedaży,	ocenić skutki wyboru strategii w perspektywie trendów konsumenckich,
	zapobiegać kradzieży zgodnie z instrukcją i przyjętymi procedurami,	podjąć działania zapobiegające lub minimalizujące straty,	pracować w sytuacji stresu związanego z koniecznością sprostania wysokim oczekiwaniom klientów,	nadzorować i oceniać działania związane z procesem sprzedaży,	planować organizację sprzedaży,	wskazywać właściwe metody i zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne,	
	wykonywać obowiązki w sytuacji stresu związanego z koniecznością sprostania wysokim oczekiwaniom klientów.	pracować w sytuacji stresu związanego z koniecznością sprostania wysokim oczekiwaniom klientów,	diagnostować i rozwiązywać problemy pojawiające się w procesie sprzedaży,	opracowywać i wdrażać dokumentację sprzedażową,	opracować podstawy dokumentacji sprzedaży,	kierować zespołem pracowniczym realizującym strategię asortymentowe i sprzedażowe na wysoko konkurencyjnym rynku handlowym,	
				wdrażać nowe przyjętych pracowników, prowadzić dla nich szkolenia wprowadzające i stanowiskowe oraz prowadzić opiekę merytoryczną nad małym zespołem,	dokonywać wyboru metod zapobiegania kradzieżom z wykorzystaniem technologii, w tym CCTV,	odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi oraz prowadzić konwersację w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej sprzedaży.	
				wdrażać zasady bezpieczeństwa i higieny pracy w procesie sprzedaży,	wprowadzać metody zapobiegania kradzieży, również z wykorzystaniem technologii CCTV (od ang. <i>closed circuit television</i>),	wdrażać dyscyplinę pracy i stosować ją jako podstawę świadczenia usług na wysokim poziomie,	
				posługiwać się wskazanymi technikami komunikacji wewnętrznej,	podjąć działania zapobiegające i minimalizujące straty,	projektować obieg informacji, dobierać oraz stosować właściwe, zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne w procesie planowania i organizacji przepływu informacji,	
				monitorować przepływ informacji,	dobierać i stosować wybrane techniki informacyjno-komunikacyjne w procesie komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej,	kierować zespołem pracowniczym realizującym zadania zarządzania kategoriami towarów oraz zarządzania sprzedażą,	

	samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie,	kierować małym zespołem pracowniczym realizującym politykę asortymentową i zadania sprzedażowe,	posługiwać się językiem obcym na średnim poziomie.			
	odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym, prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej sprzedaży.	odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej sprzedaży.				
JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
K I I H P 2	K I I H P 6	K I I H P 5	K I I H P 4	K I I H P 3	K I I H P 2	K I I H P 7
promowania elastyczności i kreatywności pracowników jako istotnych zasad pracy w handlu,	inicjowania rozwoju polityki asortymentowej przedsiębiorstwa, wdrażania zasad elastyczności i kreatywności w handlu,	promowania i wspierania pracowników w przestrzeganiu istotnych zasad pracy w handlu,	stosowania polityki asortymentowej przedsiębiorstwa, respektowania właściwej kultury komunikacji w relacjach ze współpracownikami i klientami,	prezentacji stosownej postawy w relacjach z klientami w ramach obsługi sprzedażowej,	przyjmowania uwag i sugestii klientów istotnych dla zarządzania ofertą asortymentową oraz dzielenia się tą wiedzą z przełożonymi,	wymagania i przestrzegania w relacjach z kontrahentami zasad dotyczących utrzymywania jakości prowadzonej działalności oraz kultury współpracy i konkurencji w handlu,
dzielenia się wiedzą i doświadczeniem w zakresie kreowania oferty asortymentowej i celów sprzedażowych,	utrzymywania właściwych relacji z kontrahentami, związanych z zarządzaniem ofertą asortymentową,	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem, sprawowania opieki w zakresie realizacji sprzedaży,	ponoszenia odpowiedzialności za działania własne i zespołu pracowniczego związane z zarządzaniem sprzedażą,	akceptowania dyscypliny pracy i konieczności jej stosowania jako podstawy świadczenia usług na wysokim poziomie,	podjemowania nowych wskazanych rozwiązań, zorientowanych na podnoszenie poziomu świadczonych usług,	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem w zakresie kreowania oferty asortymentowej i celów sprzedażowych,
kształtowania nowych rozwiązań w zakresie podnoszenia poziomu świadczonych usług,	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z zespołem pracowniczym,	promowania nowych rozwiązań w zakresie sprzedaży, zorientowanych na podnoszenie poziomu świadczonych usług,	akceptowania i stosowania nowych rozwiązań w zakresie sprzedaży, zorientowanych na podnoszenie poziomu świadczonych usług,	rzetelnego przestrzegania higieny w handlu i przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy odnoszących się do sprzedaży,	podnoszenia własnych kwalifikacji oraz kwalifikacji podległych pracowników, które są związane z zastosowaniem w handlu nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz technik sprzedaży,	kształtowania nowych rozwiązań w zakresie podnoszenia poziomu świadczonych usług,
KOMPETENCJE SPOŁECZNE						

				współdziałania oraz operatywności i decyzyjności w realizacji zadań eksportowych,	ponoszenia odpowiedzialności za skutki swoich działań i wymagania tego od innych,	nagradzania rozwoju osobistego podległych pracowników, zdobywanie nowych umiejętności i podnoszenia kompetencji,	
				oceny siebie i współpracowników,	stosowania samooceny i oceny współpracowników oraz umacniania jej zasad i kryteriów,	integrowania zespołu poprzez odwołanie do odpowiedzialności za decyzje i działania oraz tworzenie wśród pracowników nawyku samokontroli,	
				utrzymania rzetelności w pracy oraz wzmacniania znaczenia dyscypliny i hierarchii w realizacji zadań.	pracy w środowisku wielokulturowym,	realizowania inspirującego i odpowiedzialnego przywództwa.	
					integrowania zespołu sprzedawców w celu lepszej dyfuzji wiedzy i wartości oraz lepszej realizacji zadań handlowych.		
EKSPONOWANIE TOWARÓW – KONTEKST SEKTOROWY J							
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7	
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	
	W I I J P 2	W I I J P 3	W I I J P 4	W I I J P 5	W I I J P 6	W I I J P 7	
WIEDZA	najbardziej podstawowe zasady zagospodarowania powierzchni handlowej oraz eksponowania towarów i informacji o promocji,	podstawowe zasady zagospodarowania powierzchni handlowej oraz eksponowania towarów i informacji o promocji,	w szerszym zakresie zasady zagospodarowania powierzchni handlowej oraz eksponowania towarów i promocji, w tym zasady tworzenia ekspozycji na stronach internetowych,	w szerokim zakresie zasady zagospodarowania powierzchni handlowej oraz eksponowania towarów i promocji, w tym zasady tworzenia ekspozycji na stronach internetowych w innowacyjnych technologiach cyfrowych,			
	elementarne techniki sprzedaży i metody dbania o estetykę ekspozycji,	podstawowe techniki sprzedaży, zasady i metody dbania o estetykę ekspozycji,	typowe i często stosowane techniki sprzedaży,	w szerokim zakresie techniki sprzedaży,			

	najbardziej podstawowe zasady działania i posługiwania się urządzeniami używanymi do przemieszczania towarów.	zasady działania i posługiwania się standardowymi urządzeniami używanymi do przemieszczania towarów,	typowe i powszechne rozwiązania organizacyjne stosowane przy ekspozycji towarów, w tym realizacji promocji,	zasady i metody dbania o estetykę ekspozycji,	wybrane teorie i metody dbania o estetykę ekspozycji w oparciu o zasady etyki.		
		procedury i normy bezpieczeństwa i higieny pracy odnoszące się do przemieszczania i ekspozycji towarów.	zasady działania i posługiwania się urządzeniami używanymi do przemieszczania towarów,				
			procedury i normy bezpieczeństwa i higieny pracy odnoszące się do przemieszczania i ekspozycji towarów.				
	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	U11JP 2	U11JP 3	U11JP 4	U11JP 5	U11JP 6	U11JP 7	U11JP 7
	wyszukiwać, porównywać i oceniać proste informacje potrzebne do realizacji planu ekspozycji towarów, dostępne również w formie elektronicznej,	organizować pracę małego zespołu pracowniczego realizującego ekspozycje towarów i informacje o promocjach z uwzględnieniem wymogów bezpieczeństwa,	przygotowywać i korygować stosownie do okoliczności plany zagospodarowania powierzchni handlowej,	opracowywać i realizować plan zagospodarowania powierzchni handlowej,			
UMIĘTNOŚCI	używać typowych urządzeń do przemieszczania towarów z uwzględnieniem wymogów bezpieczeństwa,	kontrolować i analizować plany ekspozycji towarów,	zachować czystość ekspozycji, dbać o powierzony mienie i estetykę ekspozycji,	opracowywać plany ekspozycji towarów, uwzględniając potrzeby klienta, współczesne trendy, cechy towaru i cele przedsiębiorstwa z zastosowaniem właściwie dobranych nowoczesnych technologii i metod prezentacji towarów,			

	uwzględniania bezpośrednich oraz odroczonego w czasie, łatwych do przewidzenia skutków sposobu realizacji ekspozycji i promocji,	uwzględniania bezpośrednich oraz odroczonego w czasie, łatwych do przewidzenia skutków sposobu realizacji ekspozycji i informacji o promocjach,	działania w ramach zespołu oraz współdziałania z zespołami zakupów i sprzedaży,	kształtowania warunków do tworzenia innowacyjnych rozwiązań w zakresie eksponowania towarów zorientowanych na zwiększenie komfortu zakupów,		
	działania zespołowego i przyjmowania odpowiedzialności związanej z realizowaną ekspozycją towarów.	działania zespołowego i przyjmowania odpowiedzialności związanej z realizowaną ekspozycją towarów oraz z działaniami promocyjnymi.	promowania zasad etycznych w podległym zespole,	samodzielnego działania oraz współdziałania z innymi działaniami przedsiębiorstwa w zorganizowanych warunkach,		
			przyjmowania odpowiedzialności za pracę własną i małego zespołu związaną z realizacją ekspozycji towarów oraz działaniami promocyjnymi.	przyjmowania odpowiedzialności związanej z ekspozycją towarów oraz działaniami promocyjnymi,		
				promowania permanentnego uczenia się branży handlowej.		
SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA – KONTEKST SEKTOROWY K						
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
	WIIKP 2	WIIKP 3	WIIKP 4	WIIKP 5	WIIKP 6	WIIKP 7
		podstawowe zasady i techniki prezentacji towarów,	narzędzia i urządzenia wykorzystywane w procesie sprzedaży bezpośredniej i oprogramowanie urządzeń sprzedażowych,	w szerokim zakresie tendencje w preferencjach zakupowych klientów,		
		specyficzne cechy oferowanych towarów,	zasady sporządzania dokumentów sprzedaży, włącznie z dokumentami gwarancji i pochodnymi,	zasady poprawnej realizacji transakcji, ofertę asortymentową i rodzaje stosowanych cen oraz narzędzia komunikacji z klientem, w tym techniki perswazji,		
		w szerszym zakresie zasady wypełniania dokumentów sprzedaży i gwarancji za towar.	techniki perswazji,	przedsprzedażowe i posprzedażowe zasady budowania relacji z klientem,		
WIEDZA						

		przestrzegania standardów obsługi klienta,							
		stosowania się do zasad prawa ochrony konkurencji i konsumenta,							
		oceniań działań swoich i osób, którymi kieruje, oraz przyjmowania odpowiedzialności za skutki działań własnych oraz zespołu.							
DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE – KONTEKST SEKTOROWY L									
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7			
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE			
	WIIIP 2	WIIIP 3	WIIIP 4	WIIIP 5	WIIIP 6	WIIIP 7			
		podstawowe narzędzia promocyjne,	poszerzony zbiór podstawowych faktów, umiarkowanie złożonych pojęć, teorii i zależności między nimi, dotyczący promocji i informacji,	w szerokim zakresie specyfikę rynku sprzedaży internetowej oraz internetowe narzędzia promocji,	w zaawansowanym stopniu zasady łączenia strategii marketingowych partnerów biznesowych,	w pogłębionym zakresie zasady tworzenia strategii <i>public relations</i> i marketingowych oraz możliwości ich wykorzystania,			
		w szerszym zakresie fakty, zasady i zjawiska związane z informacją i promocją.	zasady tworzenia stron internetowych i ich pozycjonowania,	rolę narzędzi promocji i komunikowania się przedsiębiorstwa z klientami,	zasady i narzędzia budowy wizerunku przedsiębiorstwa,	szczegółowo rynek marketingu.			
			znaczenie budowy dobrych relacji z otoczeniem w procesie promocji,	najnowsze trendy sprzedażowe, w tym w Internecie,	wplywy nastrojów społecznych i trendów na strategię komunikacji.				
			w szerszym zakresie właściwości promowanych produktów.	konieczność stosowania nowoczesnych metod komunikacji z klientem,					
				potrzeby informacyjne klienta,					
				działania promocyjne – własne i partnerów handlowych,					
				istotę i znaczenie brandu oraz marki własnej.					
WIEDZA									

POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
U11LP 2	U11LP 3	U11LP 4	U11LP 5	U11LP 6	U11LP 7		
	wykonywać proste zadania informacyjno-promocyjne według instrukcji,	praktycznie wykorzystywać narzędzia komunikowania się i promocji, w tym narzędzia informatyczne,	identyfikować typy klientów i stosować odpowiednią strategię informacyjno-promocyjną w handlu i e-handlu,	wykorzystywać efekty <i>public relations</i> ,	przygotowywać i wdrażać <i>influencing plans</i> w sytuacji zagrożenia kupna i sprzedaży,		
	rozwiązywać proste problemy związane z podstawowymi zagadnieniami promocji i komunikacji,	rozwiązywać nietypowe problemy związane z promocją i komunikacją, często w zmiennych warunkach,	wykorzystywać trendy w działaniach informacyjno-promocyjnych oraz dane z systemów informacyjnych,	innowacyjnie wykonywać zadania z zakresu działań informacyjno-promocyjnych,	wykorzystywać marki własne do budowy wizerunku przedsiębiorstwa, podniesienia konkurencyjności i pozycji przedsiębiorstwa na rynku,		
	korzystać ze zorganizowanych form kształcenia w zakresie zagadnień komunikacji i promocji,	korzystać ze zorganizowanych form kształcenia i dobierać je pod kątem rozwoju w zakresie promocji,	wykonywać zadania bez instrukcji w przewidywalnych warunkach rynkowych,	tworzyć kanały komunikacji przy użyciu zaawansowanych technik informatycznych,	monitorować efekty pracy zespołu,		
	odbierać i formułować proste wypowiedzi w języku obcym dotyczące działalności informacyjno-promocyjnych w handlu.	formułować i odbierać nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące szerokiego zakresu działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.	rozwiązywać niezbyt złożone i nietypowe problemy w zmiennych warunkach realizacji zadań,	wykorzystywać przekaz marketingowy partnera biznesowego do własnej polityki sprzedażowej,	wykorzystywać relacje z otoczeniem do budowy pozycji przedsiębiorstwa na rynku,		
			odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii w zakresie działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.	wykorzystywać narzędzia komunikacji do budowy wizerunku przedsiębiorstwa,	tworzyć autorskie strategie wsparcia promocyjnego i informacyjnego sprzedaży towarów,		
				wdrażać strategię wsparcia promocyjnego sprzedaży towarów i informacyjnego klientów,	inicjować pomysły, realizować i oceniać efekty pod kątem rozwoju sprzedaży,		
				wykorzystywać relacje z otoczeniem do budowy pozycji przedsiębiorstwa na rynku,	samodzielnie planować rozwój własny oraz podległego zespołu,		

UMIĘTNOŚCI

DOKUMENTACJA SPRZEDAŻY I KONTROLING – KONTEKST SEKTOROWY M														
	POZIOM 2		POZIOM 3		POZIOM 4		POZIOM 5		POZIOM 6		POZIOM 7			
	ZNA I ROZUMIE	WIIMP 2	ZNA I ROZUMIE	WIIMP 3	ZNA I ROZUMIE	WIIMP 4	ZNA I ROZUMIE	WIIMP 5	ZNA I ROZUMIE	WIIMP 6	ZNA I ROZUMIE	WIIMP 7		
WIEDZA	podstawowe zasady dokumentacji sprzedaży w bezpośrednich transakcjach gotówkowych i bezgotówkowych,	w obszarze kontrolingu narzędzia i oprogramowanie informatyczne oraz w szerszym zakresie dokumentację sprzedaży,	w szerszym zakresie zasady wypełniania umiarkowanie złożonych dokumentów sprzedaży,	w szerszym zakresie przepisy prawa regulujące dokumentację sprzedaży,	w zaawansowanym stopniu wiedzę na temat planowania, nadzoru, sprawozdawczości i finansów, w tym zasady budżetowania,	wnikliwe strukturę i zadania komórek organizacyjnych w handlu,	techniki stosowane w dokumentacji transakcji.	zasady sporządzania i raportowania dokumentów kontrolingu.	obowiązujący stan prawny, a w szerszym zakresie zależność między nim a dokumentacją,	dokumentację dotyczącą zależności pomiędzy przychodami i kosztami.	przepisy prawa i certyfikacji dotyczące sektora handlu.	mechanizmy pozyskiwania przychodów,	w pogłębiony sposób założenia planowania strategicznego i operacyjnego przedsiębiorstwa,	
			zasady tworzenia dokumentów planistycznych, a w szczególności budżetu,	w szerszym zakresie kryteria oceny wyników kontrolingu,									strategie konkurencji i partnerów w łańcuchu dostaw.	
				w szerszym zakresie znaczenie wydajności pracy i kryteria oceny produktywności.										
UMIĘTNOŚCI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	
	UIMP 2	UIMP 3	UIMP 4	UIMP 5	UIMP 6	UIMP 7	UIMP 6	UIMP 5	UIMP 6	UIMP 6	UIMP 6	UIMP 7	UIMP 7	
	w zakresie instrukcji, pod nadzorem, tworzyć, przyjmować i kontrolować standardowe raporty transakcji i rozwiązywać związane z nimi typowe problemy,	wykorzystywać narzędzia informatyczne i oprogramowanie do sporządzania i przechowywania typowych dokumentów,	według instrukcji przełożonych przygotować i sporządzać dokumentację sprzedaży oraz współpracować w zespole wykonawczym,	rozdziać zadania i koordynować proste prace zespołów wykonawczych w zakresie dokumentowania i raportowania sprzedaży, przy użyciu dostępnych narzędzi informatycznych,	innowacyjnie wykonywać zadania w zakresie dokumentowania i raportowania sprzedaży,	formułować zadania i kierować ich wykonaniem, rozwiązując niestandardowe problemy z wykorzystaniem nowej wiedzy,	odbiierać i formułować proste komunikaty związane z dokumentacją sprzedaży i kontrolingiem.	według instrukcji rozwiązywać problemy z zakresu dokumentowania sprzedaży,	oceniac sytuację i proponować niestandardowe sposoby działania indywidualnego i zespołowego,	oceniac sytuację i proponować niestandardowe sposoby wykonywanych w zespole dokumentów i działań,	oceniac sytuację i proponować niestandardowe sposoby wykonywanych w zespole dokumentów i działań,	tworzyć i kierować dużymi zespołami oraz kreować struktury doraźne,	tworzyć i kierować dużymi zespołami oraz kreować struktury doraźne,	

		skutecznie komunikować się z przełożonymi i współpracownikami oraz współpracować w ramach wykonywania swoich zadań.	odbierać i formułować nieskompilowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące dokumentacji i kontrolingu w handlu.	przygotowywać i realizować szkolenia pracowników w zakresie prac zespołu,	proponować i uzyskiwać akceptację sytuacyjnego planu działania,	zdobywać fachową wiedzę i wprowadzać ją do zespołu, szkoliąc i instruując podległych pracowników,
				odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej dokumentacji i kontrolingu w handlu.	komunikować się i merytorycznie uzasadniać swoje stanowisko,	organizować i realizować współpracę i wsparcie outsourcingowe,
					organizować pracę zespołu i współpracę z innymi zespołami,	oceniać i korygować realizację zadań, z wykorzystaniem dostępnych środków techniczno-informatycznych,
					odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej dokumentacji i kontrolingu w handlu.	oceniać całościowe raporty i sprawozdania w zakresie funkcjonowania przedsiębiorstwa handlowego,
						odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi oraz prowadzić konwersację w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej dokumentacji i kontrolingu w handlu.
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	K I I M P 2	K I I M P 3	K I I M P 4	K I I M P 5	K I I M P 6	K I I M P 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	postępowania zgodnie z normami określającymi zasady współżycia społecznego – stosowania regulaminów przedsiębiorstwa handlowego, instrukcji, wytycznych i poleceń przełożonych,	integracji z zespołami,	przyjmowania odpowiedzialności za przebieg i efekty pracy w zespołach realizacyjnych,	świadomego łączenia obowiązków zawodowych i społecznych,	wzmacniania zasad etyki zawodowej i budowania etosu pracy,	kształtowania spójności społecznej zespołu, opierającej się na konkretnych wzorach postępowania i ocenie dokonań,

w ograniczonym zakresie kontrolowania i ponoszenia odpowiedzialności za własne działania,	przyjmowania w zespole różnych ról społecznych,	przyjmowania różnicowanych zadań i ról społecznych, w tym roli przełożonego,	postępowania zgodnie z przepisami prawa i zasadami etyki,	kreowania atmosfery samodzielności i odpowiedzialności za pracę własną i zespołu,	kreowania merytorycznego przywództwa i budowania więzi w zespole,
pracy w koordynowanych przez przełożonych zespołach zajmujących się dokumentacją transakcji i kontrolingiem.	przyjmowania obowiązków i ponoszenia odpowiedzialności za skutki swoich działań,	oceny własnej pracy i oceny pracy nadzorowanego zespołu.	samodzielnego interpretowania ocen i zadań, przyjmowania roli przywódcy i organizatora zespołu,	promowania i autokrytycznych postaw, tworzących bazę dla innowacyjnego i rzetelnego wykonywania obowiązków w ramach raportowania i kontrolingu.	elastycznej współpracy z innymi zespołami,
	przyjmowania zadań i rozumienia potrzeb współdziałania w ramach zespołu,		przekazywania i poszerzania wiedzy i umiejętności zawodowych w zakresie dokumentacji,		przewodzenia grupie i ponoszenia odpowiedzialności za wyniki pracy zespołu.
	stosowania zasad dyscypliny pracy,		przyjmowania odpowiedzialności za pracę i jej efekty,		
	stosowania ocen wobec innych oraz przyjmowania oceny własnych działań.		utrzymywania rzetelności w ocenach.		