



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.
			prowadzić 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 całego 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 odpowiedzialność 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
	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 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 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,
			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,	przewodzić 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

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>prawnikowo 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>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,	

				uzgadniać przydzielone zadania, pracę własną z przełożonymi i członkami zespołu pracowniczego,			komunikować się z otoczeniem i uzasadniać swoje stanowisko,	
				komunikować się w sposób zapewniający skuteczne funkcjonowanie małego zespołu pracowniczego.			koordynować prace podległych, niezależnych komórek,	
							odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej organizacji i planowania zakupu towarów.	
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	KIDP 2	KIDP 3	KIDP 4	KIDP 5	KIDP 6	KIDP 7		
		postępowania zgodnego z przyjętymi zasadami pracy w handlu i współdziałania z dostawcami,	przyjmowania odpowiedzialności za podjęte działania w zakresie organizacji i planowania zakupu towarów,	przestrzegania etyki zawodowej podczas zakupu towarów,	przestrzegania podstawowych reguł w hierarchii przedsiębiorstwa,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki podejmowanych decyzji dotyczących zakupu towarów,		
		przyjmowania odpowiedzialności za skutki własnych działań i podjętych decyzji,	przestrzegania podstawowych reguł w hierarchii przedsiębiorstwa,	uwzględniania aspektów ekonomicznych przy nabywaniu dóbr,	ponoszenia odpowiedzialności za skutki podjętych decyzji związanych z warunkami zakupu towarów,	tworzenia i upowszechniania właściwych wzorców postępowania w handlu,		
		współpracy w ramach zespołu realizującego zadania planowania i zakupu towarów.	ponoszenia odpowiedzialności za realizację działań własnych i podległego zespołu.			kierowania zespołem i ponoszenia odpowiedzialności za wyniki pracy,		
							podjemowania decyzji w sytuacji podwyższonego ryzyka i przyjmowania odpowiedzialności za ich skutki,	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE								

					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.,
			sięgnąć do typowych taktyk negocjacji i wykazać się elastycznością w ich stosowaniu,	sporządzić 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

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						

		typowe i powszechne metody oraz narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zasobami.		typowe i powszechne metody oraz narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zasobami.					
POTRAFI UIFP 2	POTRAFI UIFP 3	POTRAFI UIFP 4	POTRAFI UIFP 5	POTRAFI UIFP 6	POTRAFI UIFP 7				
	aktualizować swoją wiedzę pod kierunkiem przełożonego w zakresie procesu zamawiania towarów,	aktualizować swoją wiedzę o towarach w procesie ich zamawiania,	aktualizować i wykorzystywać dostępną wiedzę o towarach w procesie zamawiania towarów w zmiennych, przewidywalnych warunkach rynkowych,	monitorować i innowacyjnie wykorzystywać zaawansowaną wiedzę o towarach w procesie zamawiania towarów w nieprzewidywalnych warunkach rynkowych,					
	stosować aktualne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zasobami zgodnie z instrukcją,	częściowo samodzielnie stosować aktualne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zasobami,	stosować aktualne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zasobami,	stosować aktualne i innowacyjne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zasobami oraz inicjować nowe rozwiązania,					
	w podstawowym zakresie dokumentować proces zamawiania towarów i zarządzania zasobami,	opracowywać i dokumentować zamawianie i zarządzanie zasobami,	zarządzać procesem dokumentowania, zamawiania towarów i zarządzania zasobami,	planować pracę indywidualną i zespołową,					
	planować pracę indywidualną w kontekście przydzielonych zadań,	planować pracę indywidualną i uczestniczyć w planowaniu pracy zespołowej,	planować pracę indywidualną i zespołową,	kierować zespołem pracowniczym zamawiającym towar z uwzględnieniem konkurencyjności pomiędzy dostawcami,					
	kontrolować poziom zasobów, korzystając z podstawowych metod i mierników zasobów,	kierować małym zespołem pracowniczym,	kierować małym zespołem pracowniczym zamawiającym towar,	wybierać i stosować odpowiednią strategię zarządzania zasobami,					
	stosować typowe techniki informacyjno-komunikacyjne,	kontrolować i korygować poziom zasobów, korzystając z dobranych, dostępnych metod i dobranych mierników zasobów,	kontrolować poziom zasobów, korzystając z właściwych, zaawansowanych metod i dobranych mierników zasobów,	kontrolować poziom zasobów, korzystając z właściwych, zaawansowanych metod i dobranych mierników zasobów,					

UMIĘTNOŚCI

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,

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),	przepracowywać proces weryfikacji dokumentów, oceny zgodności towaru dostarczonego z deklarowanym,	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,	dobierać i obsługiwać narzędzia informatyczne w gospodarce magazynowej, w tym zaawansowane środki komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej,	dobierać i obsługiwać zasady oznaczania i pozycjonowania towarów w magazynie,	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,	opracowywać proces prowadzenia gospodarki magazynowej wirtualnej i rzeczywistej,	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,	opracowywać i prowadzić dokumentację wymaganą do przyjęcia towarów do magazynu i wydania towarów z magazynu,	tworzyć procedury obiegu dokumentów w procesach przyjęcia towarów do magazynu i wydania towarów z magazynu i przestrzegać ich,	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 rzeczywistą w oparciu o dostępne procedury i narzędzia informatyczne,	prowadzić gospodarkę magazynową wirtualną i rzeczywistą w oparciu o dostępne procedury i narzędzia informatyczne,	prowadzić gospodarkę magazynową wirtualną i rzeczywistą w oparciu o dostępne procedury i narzędzia informatyczne,	analizować i planować stany magazynowe,	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,	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,	planować proces inwentaryzacji magazynu,	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,	proces i metody sprzedaży,	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	POTRAFI
U I I H P 2	U I I H P 3	U I I H P 4	U I I H P 5	U I I H P 6	U I I H P 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 sprzedażowe, rozwiązywać typowe problemy relacji z klientem i sprzedaży w częściowo zmiennych warunkach według wskazanych procedur i instrukcji, organizować swoje stanowisko sprzedaży zgodnie z instrukcją,	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 sprzedażowe 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, 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								

				kontrolować i dokumentować proste płatności i rozliczenia w ramach przedsiębiorstwa i w przedsiębiorstwach partnerskich (producenci, logistycy itd.),	planować i uczestniczyć w zarządzaniu łańcuchem dostaw,	definiować i wykorzystywać przewagi konkurencyjne,	
			w porozumieniu z przełożonymi koordynować prace zespołu w kraju i za granicą,	sprawnie uzupełniać zaawansowaną wiedzę prawną i ekonomiczną oraz wprowadzać ją do praktyki handlowej,	wdrażać skutecznie decyzje kierunkowe w sprawie sprzedaży eksportowej i ekspansji na rynki,		
			odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem terminologii dotyczącej eksportu,	planować i wdrażać, w powiązaniu z innymi działami i partnerami biznesowymi, zadania przeznaczone dla zespołu eksportowego,	planować i realizować promocję eksportu,		
			raportować do przełożonych.	wzbogacać realizację zadań poprzez aktualizujące szkolenia i doskonalenie prac nad dokumentacją,	przekazywać merytoryczne uzasadnienie tych czynności do przełożonych,		
				odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym i prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej eksportu.	odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi oraz prowadzić konwersację w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej eksportu.		
		JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
		KIIIP 2	KIIIP 3	KIIIP 4	KIIIP 5	KIIIP 6	KIIIP 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE							
			osobistego prezentowania zachowań odpowiedzialnych i wymagania tego od współpracowników,	przestrzegania i egzekwowania obowiązków w zespole eksportowym,	kultywowania zasad właściwego postępowania na rynkach eksportowych,		
			zachowania i prezentowania elastycznej postawy w podejmowaniu różnicowanych ról społecznych,	doskonalenia cech przywódczych,	upowszechniania wzorców właściwego postępowania w zawodzie handlowca w kontaktach z zagranicą,		

				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,	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.	typowe i powszechne rozwiązania organizacyjne stosowane przy ekspozycji towarów, w tym realizacji promocji,			
			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
	U11JP 2	U11JP 3	U11JP 4	U11JP 5	U11JP 6	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,		
	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,		
UMIĘTNOŚCI						

	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, z realizowaną ekspozycją towarów oraz z działaniami promocyjnymi.	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,	przedsiębiorcze i posprzedażowe zasady budowania relacji z klientem,		
WIEDZA						

POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
UIILP 2	UIILP 3	UIILP 4	UIILP 5	UIILP 6	UIILP 7		
wykonywać proste zadania informacyjno-promocyjne według instrukcji,	rozwiązywać proste problemy związane z podstawowymi zagadnieniami promocji i komunikacji,	rozwiązywać nietypowe problemy związane z promocją i komunikacją, często w zmiennych warunkach,	wykonywać trendy w działaniach informacyjno-promocyjnych oraz dane z systemów informacyjnych,	wykonywać zadania z zakresu działań informacyjno-promocyjnych, podniesienia konkurencyjności i pozycji przedsiębiorstwa na rynku,	wykonywać marki własne do budowy wizerunku przedsiębiorstwa, podniesienia konkurencyjności i pozycji przedsiębiorstwa na rynku, monitorować efekty pracy zespołu,		
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,	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,	wykonywać relacje z otoczeniem do budowy pozycji przedsiębiorstwa na rynku,		
odbiierać i formułować proste wypowiedzi w języku obcym dotyczące działalności informacyjno-promocyjnych w handlu.	odbiierać i odbierać nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące szerokiego zakresu działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.	odbiierać i odbierać złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii w zakresie działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.	odbiierać 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, twórczo autorskie strategie wsparcia promocyjnego i informacyjnego sprzedaży towarów,	wykorzystywać relacje z otoczeniem do budowy pozycji przedsiębiorstwa na rynku,		
				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 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 2	UIMP 3	UIMP 4	UIMP 5	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,	rozdziałać 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,	odbierać i formułować proste komunikaty związane z dokumentacją sprzedaży i kontrolingiem.	według instrukcji rozwiązywać problemy z zakresu dokumentowania sprzedaży,	oceniał sytuację i proponować niestandardowe sposoby działania indywidualnego i zespołowego,	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, szkoląc 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.		