

Warszawa, dnia 8 lutego 2022 r.

Poz. 310

**ROZPORZĄDZENIE  
MINISTRA EDUKACJI I NAUKI<sup>1)</sup>**

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*

---

<sup>1)</sup> 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,	POTRAFI U I A P 4	POTRAFI U I A P 5	POTRAFI U I A P 6	POTRAFI U I A P 7
		wykonywać niezbyt złożone zadania związane z pozyskiwaniem, monitorowaniem i przetwarzaniem informacji dotyczących potrzeb klientów,	wykonywać niezbyt złożone zadania związane z pozyskiwaniem, monitorowaniem informacji dotyczących potrzeb klientów,	samodzielnie docierać do informacji o popycie,	w innowacyjny sposób wykonywać zadania związane z poznaniem potrzeb klientów,	formułować i przeprowadzać zaawansowane analizy popytu,
		zależności między wielkością popytu na towary a wielkością sprzedaży.	w poszerzonym zakresie źródła informacji o popycie.	w zaawansowanym stopniu trendy oraz złożone zależności między czynnikami kształtującymi popyt i jego wielkość.	zależności popytu i sytuacji na rynku oraz techniki informatyczne pozwalające na ich analizowanie.	

	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 umiarkowanie 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.		
	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>
	<b>K I A P 2</b>	<b>K I A P 4</b>	<b>K I A P 5</b>	<b>K I A P 6</b>	<b>K I A P 7</b>
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>	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.
<b>ANALIZA RYNKU DOSTAWCÓW I PODAŻY – KONTEKST SEKTOROWY B</b>					
	<b>POZIOM 2</b>	<b>POZIOM 3</b>	<b>POZIOM 4</b>	<b>POZIOM 5</b>	<b>POZIOM 6</b>
	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>
	<b>W I B P 2</b>	<b>W I B P 3</b>	<b>W I B P 4</b>	<b>W I B P 5</b>	<b>W I B P 6</b>
		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.	
<b>WIEDZA</b>					
					<b>POZIOM 7</b>
					<b>ZNA I ROZUMIE</b>
					<b>W I B P 7</b>
					w sposób pogłębiony pozycję rynkową poszczególnych dostawców i towarów przez nich oferowanych,
					narzędzia informatyczne umożliwiające prognozowanie rozwoju podaży poszczególnych grup towarów w kontekście ekonomicznych i społecznych uwarunkowań.

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>przyjmować towar importowany,</p>	<p>samodzielnie sporządzać podstawową dokumentację importu towarów na rynek,</p>	<p>organizować pracę i zarządzać zespołem,</p>	<p>w oparciu o umiejętności i najnowszą wiedzę fachową dokonać analizy rynków komplementarnych oraz sporządzać raporty,</p>	<p>tworzyć i wdrażać procesy efektywnych działań importowych,</p>	<p>dokonywać oceny ofert zagranicznych przedsiębiorstw w zakresie planowanych zakupów,</p>
<p>zapoznać się z podstawową dokumentacją obcojęzyczną,</p>	<p>przygotowywać i kierować organizacją sprzedaży według zasad i instrukcji,</p>	<p>przygotowywać odbiór towarów pod względem prawnym i technicznym,</p>	<p>wdrażać innowacyjne rozwiązania w zarządzaniu zespołem,</p>	<p>dokonywać transakcje importowe w nietypowych warunkach,</p>	<p>organizować ocenę 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>rozwiązać typowe problemy, powstające przy wykonywaniu poleceń,</p>	<p>przygotować podstawową dokumentację importu towarów według instrukcji również w formie elektronicznej,</p>	<p>kierować wyspecjalizowanym zespołem handlowym dokonującym zakupu towaru z importu,</p>	<p>określać warunki ilościowe, jakościowe oraz asortyment dostaw,</p>	<p>określać warunki ilościowe, jakościowe oraz asortyment dostaw,</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>komunikować się z przełożonymi i zespołem w zakresie wykonywanych obowiązków związanych z importem,</p>	<p>odbierać i formułować nieskompilowane wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację dotyczącą importu,</p>	<p>odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym, prowadzić konwersację z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej importu.</p>	<p>nadzorować dotrzymanie 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>pracować w wielokulturowych warunkach struktury zarządzającej,</p>	<p>pracować w wielokulturowych warunkach struktury zarządzającej,</p>
<p>odbierać i formułować proste 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>pracować w warunkach struktury zarządzającej,</p>	<p>pracować w warunkach struktury zarządzającej,</p>	<p>pracować w warunkach struktury zarządzającej,</p>	<p>pracować w warunkach struktury zarządzającej,</p>

UMIĘTNOŚCI









					oceny działań zespołu, którym kieruje, i przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań,	promowania rozwoju podległego zespołu zakupowego.	
					organizowania współpracy z innymi zespołami.		
<b>NEGOCJACJE – KONTEKST SEKTOROWY E</b>							
	<b>POZIOM 2</b>	<b>POZIOM 3</b>	<b>POZIOM 4</b>	<b>POZIOM 5</b>	<b>POZIOM 6</b>	<b>POZIOM 7</b>	
	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	
	<b>W I E P 2</b>	<b>W I E P 3</b>	<b>W I E P 4</b>	<b>W I E P 5</b>	<b>W I E P 6</b>	<b>W I E P 7</b>	
				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.	
<b>WIEDZA</b>							

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

		JEST GOTÓW DO		JEST GOTÓW DO	
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	
					odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej eksportu i importu.
					przekazywania i egzekwowania zasad negocjacji i przestrzegania etyki zawodowej w procesie negocjacyjnym,
					organizowania struktur i tworzenia mechanizmów rozwoju zawodowego w zakresie negocjacji,
					kreowania pożądaných cech potencjalnych negocjatorów, takich jak asertywność, dążenie do kompromisu, szacunek dla profesjonalizmu i etyki zawodowej,
					ponoszenia odpowiedzialności za przygotowanie i kierowanie zespołem negocjacyjnym,
					systematycznego podwyższania kwalifikacji,
					ocenę własnych działań i ponoszenia odpowiedzialności za wprowadzone korekty w procesach negocjacji,
					właściwego kierowania zespołem ze szczególnym uwzględnieniem etyki i kooperacyjnego podejścia do negocjacji.
					podnoszenia odpowiedzialności za przygotowanie i kierowanie zespołem negocjacyjnym,
					podjęcie zadań negocjacyjnych,
					planowanie i realizację zadań zespołów negocjacyjnych.
					ocenę działań własnych i pracy zespołu,
					przyjmowania pozytywnej postawy wobec uczenia się i podnoszenia kwalifikacji.
					przyjmowania w trakcie przygotowań do negocjacji i w trakcie negocjowania, uwzględniając wiedzę i umiejętności członków zespołu,
					ocenę działań własnych i pracy zespołu,
					przyjmowania pozytywnej postawy wobec uczenia się i podnoszenia kwalifikacji.

KOMPETENCJE SPÓŁCZNE

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	
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 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.		
<b>WIEDZA</b>						









					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.			
<b>ZARZĄDZANIE MAGAZYNEM; PRZYJĘCIE DOSTAWY, KONTROLA WARUNKÓW DOSTAWY I JAKOŚCI TOWARÓW; EKSPEDYCJA - KONTEKST SEKTOROWY G</b>								
	<b>POZIOM 2</b>	<b>POZIOM 3</b>	<b>POZIOM 4</b>	<b>POZIOM 5</b>	<b>POZIOM 6</b>	<b>POZIOM 7</b>		
	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>		
	<b>WIG P 2</b>	<b>WIG P 3</b>	<b>WIG P 4</b>	<b>WIG P 5</b>	<b>WIG P 6</b>	<b>WIG P 7</b>		
<b>WIEDZA</b>	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,		
	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,



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 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,	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,	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,	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,	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,	
			wykorzystywać dostępne narzędzia informatyczne w gospodarce magazynowej i spedycji,	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,	monitorować oferty transportowe i kurierskie na rynku,	
			organizować proces zwrotu towarów do dostawcy,	wykazywać potrzeby permanentnego podnoszenia kwalifikacji,	negocjować umowy transportowe i kurierskie,	
			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 sprzedaży 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



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 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, 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 ocenić 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 wysokim 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,	odbiierać 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,	

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









				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.		
		<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>
		<b>KIIIP 2</b>	<b>KIIIP 3</b>	<b>KIIIP 4</b>	<b>KIIIP 5</b>	<b>KIIIP 6</b>	<b>KIIIP 7</b>
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>							
			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.		
<b>EKSPONOWANIE TOWARÓW – KONTEKST SEKTOROWY J</b>							
	<b>POZIOM 2</b>	<b>POZIOM 3</b>	<b>POZIOM 4</b>	<b>POZIOM 5</b>	<b>POZIOM 6</b>	<b>POZIOM 7</b>	
	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	
	<b>W I I J P 2</b>	<b>W I I J P 3</b>	<b>W I I J P 4</b>	<b>W I I J P 5</b>	<b>W I I J P 6</b>	<b>W I I J P 7</b>	
<b>WIEDZA</b>	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.			
	<b>POTRAFI</b>	<b>POTRAFI</b>	<b>POTRAFI</b>	<b>POTRAFI</b>	<b>POTRAFI</b>	<b>POTRAFI</b>
	<b>U11JP 2</b>	<b>U11JP 3</b>	<b>U11JP 4</b>	<b>U11JP 5</b>	<b>U11JP 6</b>	<b>U11JP 7</b>
	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,		
<b>UMIĘTNOŚCI</b>	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,		

dbać o czystość i powierzone mienie oraz estetykę ekspozycji.	korygować plany ekspozycji towarów z uwzględnieniem potrzeb klienta i cech towaru,	kierować małym zespołem pracowniczym podczas realizacji zadań związanych z ekspozycją towarów,	przeprowadzać analizę efektywności prezentacji w kontekście sprzedaży, z wykorzystaniem dobranych metod,		
	używać typowych urządzeń do przemieszczania towarów z uwzględnieniem wymogów bezpieczeństwa,	wdrażać w przedsiębiorstwie nowości w zakresie ekspozycji towarów,	dokonywać korekt ekspozycji – dbać o powierzone mienie i estetykę ekspozycji,		
	obsługiwać podstawowe narzędzia, wypełniać wskazane instrukcje w procesie dbałości o czystość w sklepie i powierzone mienie oraz estetykę ekspozycji.	realizować według instrukcji politykę eksponowania towarów,	dostrzegać związek pomiędzy eksponowaniem towarów a poziomem obsługi klienta,		
		odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące ekspozycji towarów.	szkolić pracowników w zakresie zasad i technik ekspozycji towarów,		
			odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej ekspozycji towarów.		
	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>	<b>JEST GOTÓW DO</b>
	<b>KI IJP 2</b>	<b>KI IJP 3</b>	<b>KI IJP 4</b>	<b>KI IJP 5</b>	<b>KI IJP 6</b> <b>KI IJP 7</b>
przestrzeganie zasad etyki handlowej i współzycia społecznego według dostępnych regulaminów i instrukcji,	przestrzeganie zasad etyki handlowej i współzycia społecznego według dostępnych regulaminów i instrukcji,	przestrzeganie w komunikacji wizualnej z klientami zasad etyki handlowej i współzycia społecznego,	przestrzeganie zasad etyki handlowej i współzycia społecznego w komunikacji wizualnej z klientami,	przestrzeganie zasad etyki handlowej i współzycia społecznego w komunikacji wizualnej z klientami,	
kontrolowanie jakości własnej pracy, z wykorzystaniem dostępnych narzędzi i procedur kontrolnych,	rzetelnego kontrolowania jakości pracy zespołu z wykorzystaniem dostępnych narzędzi i procedur kontrolnych w zakresie ekspozycji towarów,	kontrolowania jakości w zakresie eksponowania towarów w kontekście zwiększenia komfortu zakupów,	promowania zasad etycznych w działalności zawodowej w sektorze handlu,		
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>					

	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.		
<b>SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA – KONTEKST SEKTOROWY K</b>						
	<b>POZIOM 2</b>	<b>POZIOM 3</b>	<b>POZIOM 4</b>	<b>POZIOM 5</b>	<b>POZIOM 6</b>	<b>POZIOM 7</b>
	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>	<b>ZNA I ROZUMIE</b>
	<b>WIIKP 2</b>	<b>WIIKP 3</b>	<b>WIIKP 4</b>	<b>WIIKP 5</b>	<b>WIIKP 6</b>	<b>WIIKP 7</b>
		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,		
<b>WIEDZA</b>		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,		









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,	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,		
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,	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.	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 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,	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,	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,	oceniac sytuację i proponować niestandardowe sposoby wykonywanych w zespole dokumentów i działań,	tworzyć i kierować dużymi zespołami oraz kreować struktury doraźne,		



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.		