

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).

**CHARAKTERYSTYKI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA POZIOMÓW SEKTOROWEJ RAMY KWALIFIKACJI W SEKTORZE HANDEL,
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	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
	W I A P 2	W I A P 3	W I A P 4	W I A P 5	W I A P 6	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,		zachowania zakupowe klientów,	zaawansowane metody analizy popytu,
			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.
	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	U I A P 2	U I A P 3	U I A P 4	U I A P 5	U I A P 6	U I A P 7
UMIEJĘTNOŚCI		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,	samodzielnie docierać do informacji o popycie,	w innowacyjny sposób wykonywać zadania związane z poznaniem potrzeb klientów,	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 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.		
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	KIAP 2	KIAP 3	KIAP 4	KIAP 5	KIAP 6	KIAP 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 małego 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 współodpowiedzialności za skutki podjętych decyzji,	przestrzegania zasad etycznych w korzystaniu z pozyskanych informacji rynkowych,	tworzenia właściwych wzorców postępowania w branży,
		pracy pod obserwacją otoczenia.	komunikowania się z zespołem i ponoszenia odpowiedzialności za wyniki pracy zespołu.	podnoszenia jakości współpracy w zespole.	zachowania należytej staranności i rzetelności w pracy, którą wykonuje w oparciu o właściwe metodologicznie badania rynkowe.	ponoszenia odpowiedzialności za skutki wydanych rekomendacji.
ANALIZA RYNKU DOSTAWCÓW I PODAŻY – KONTEKST SEKTOROWY B						
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
	W I B P 2	W I B P 3	W I B P 4	W I B P 5	W I B P 6	W I B P 7
WIEDZA		w podstawowym zakresie terminologię z zakresu towaroznawstwa,	w szerszym zakresie rynek krajowy i międzynarodowy dostawców i towarów,	w szerokim zakresie relacje i zależności na rynku dostawców towarów,	w sposób zaawansowany rynek dostawców poszukiwanych towarów, procesów wytwórczych towarów oraz surowców,	w sposób pogłębiony pozycję rynkową poszczególnych dostawców i towarów przez nich oferowanych,
		w szerszym zakresie procesy z tym związane.	relacje i zależności na tym rynku,	podstawowe ekonomiczne i prawne uwarunkowania oraz zasady współpracy z dostawcami towaru,	sposoby optymalnego wykorzystywania stosowanych komponentów, ich właściwości i różnorodne technologie,	narzędzia informatyczne umożliwiające prognozowanie rozwoju podaży poszczególnych grup towarów w kontekście ekonomicznych i społecznych uwarunkowań.
			specyfikę rynku poszukiwanych towarów,	w szerokim zakresie charakterystyczne cechy towarów pochodzących od poszczególnych dostawców,	w zaawansowanym stopniu trendy i konteksty rozwojowe rynku poszukiwanych towarów i ich znaczenie w handlu,	
			ogólne normy dotyczące jakości towarów i bezpieczeństwa obrotu towarowego,	normy dotyczące jakości towarów i bezpieczeństwa obrotu towarowego,	zaawansowane narzędzia informatyczne do prowadzenia analizy porównawczej towarów.	
			wymaganą dokumentację dotyczącą jakości towarów i obrotu towarami.	zasady i narzędzia informatyczne służące do analizy porównawczej towarów.		

	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	U I B P 2	U I B P 3	U I B P 4	U I B P 5	U I B P 6	U I B P 7
UMIĘTNOŚCI		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 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.

			odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące analizy rynku dostawców i podaży.	kierować niewielkim zespołem w zorganizowanych warunkach.	efektywnie kierować pracą zespołu i motywować go do samokształcenia,	
			uzgadniać przydzielone zadania i pracę własną z przełożonymi i członkami zespołu pracowniczego.		aktywnie współpracować z działami przedsiębiorstwa.	
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	K I B P 2	K I B P 3	K I B P 4	K I B P 5	K I B P 6	K I B P 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		samodzielnego komunikowania się w środowisku dostawców w sposób zapewniający dobrą współpracę,	samodzielnego, partnerskiego współdziałania z dostawcami oraz podporządkowania się regułom hierarchii w przedsiębiorstwie,	przestrzegania wzorców właściwego postępowania w kontaktach z dostawcami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności biznesu,	krytycznej oceny działań własnych i zespołu,	tworzenia i rozwijania wzorców jakościowych i kulturowych we współpracy z dostawcami,
		podjmowania podstawowych obowiązków wynikających ze współpracy zespołowej,	przestrzegania kultury współpracy z dostawcami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności za skutki działań własnych i zespołu.	współpracy z innymi działami przedsiębiorstwa z uwzględnieniem przestrzegania etyki zawodowej,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki podjętych decyzji dotyczących rekomendacji dostawców,	wymagania ww. zachowań od własnego zespołu,
		podjmowania odpowiedzialności za wykonaną pracę.		oceny działań własnych i zespołu, którym kieruje, oraz ponoszenia odpowiedzialności za te działania.	ponoszenia odpowiedzialności za wyniki pracy zespołu,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki podjętych decyzji w warunkach dużego ryzyka,
					przestrzegania przyjętych zasad współpracy z dostawcami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności biznesu oraz wymagania takiej postawy od innych.	kreowania wzorców właściwego postępowania w relacjach z dostawcami, w warunkach wysokiej konkurencji na rynku handlowym.

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
	W I C P 2	W I C P 3	W I C P 4	W I C P 5	W I C P 6	W I C P 7
WIEDZA		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 produkcji 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 podaży 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.

	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	UICP2	UICP3	UICP4	UICP5	UICP6	UICP7
UMIĘTNOŚCI		przygotowywać przyjęcie towaru importowanego, wprowadzać korekty zgodnie z instrukcją,	przyjmować towar importowany,	samodzielnie sporządzać podstawową dokumentację importu towarów na rynek,	organizować pracę i zarządzać zespołem,	w oparciu o umiejętności i najnowszą wiedzę fachową dokonać analizy rynków komplementarnych oraz sporządzać raporty,
		zapoznawać się z podstawową dokumentacją obcojęzyczną,	przygotowywać i kierować organizacją sprzedaży według zasad i instrukcji,	przygotowywać odbiór towarów pod względem prawnym i technicznym,	wdrażać innowacyjne rozwiązania w zarządzaniu zespołem,	tworzyć i wdrażać procesy efektywnych działań importowych,
		rozwiązać typowe problemy, powstające przy wykonywaniu poleceń,	przygotować podstawową dokumentację importu towarów według instrukcji również w formie elektronicznej,	kierować wyspecjalizowanym zespołem handlowym dokonującym zakupu towaru z importu,	organizować transakcje importowe w nietypowych warunkach,	dokonywać oceny ofert zagranicznych przedsiębiorstw w zakresie planowanych zakupów,
		komunikować się z przełożonymi i zespołem w zakresie wykonywanych obowiązków związanych z importem,	odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację dotyczącą importu,	odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym, prowadzić konwersację z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej importu.	określać warunki ilościowe, jakościowe oraz asortyment dostaw,	samodzielnie planować podnoszenie kwalifikacji pracowników w oparciu o trendy dotyczące wiedzy o rynkach międzynarodowych,
		odbierać i formułować proste wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację dotyczącą importu.	prawidłowo przygotowywać do sprzedaży produkt importowany oraz porównać go w ramach danej kategorii,		nadzorować dotrzymywanie prawnych i technicznych warunków dostaw,	identyfikować przewagi konkurencyjne w towarach importowanych,
			kierować małym zespołem pracowniczym.		odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej importu,	tworzyć specjalistyczne zespoły, w których łączona jest praca analityczna z planowaniem i wykonaniem zadań,
					sprawnie i efektywnie kierować pracą zespołu i motywować go do samokształcenia,	pracować w wielokulturowych warunkach struktury zarządzającej,

					aktywnie współpracować z innymi działami przedsiębiorstwa.	inspirować i prowadzić działania promocyjne nowych produktów,
						odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej importu.
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	K I C P 2	K I C P 3	K I C P 4	K I C P 5	K I C P 6	K I C P 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		postępowania zgodnie z przepisami dotyczącymi towarów z importu oraz zgodnie z instrukcjami przełożonych,	przyjmowania odpowiedzialności za działania związane z importem towarów,	podejmowania obowiązków kierowniczych wymagających wiedzy w zakresie dokumentacji procesów importu,	kreowania więzi w zespole i promowania etyki zawodowej,	wewnętrznego integrowania zespołów oraz budowania więzi kooperacyjnej z innymi zespołami w oparciu o przywództwo merytoryczne,
		przyjmowania odpowiedzialności za wykonywane czynności i ich skutki,	świadomego podejmowania działania związanego z kierowaniem małym zespołem i do ponoszenia odpowiedzialności w ramach działań zespołu,	merytorycznej kontroli działań zespołu oraz egzekwowania odpowiedzialności podległych pracowników,	motywowania zespołu do współpracy,	umacniania zasad etycznego postępowania w handlu,
		skutecznego komunikowania się ze współpracownikami w zespole.	stosowania zasad etyki zawodowej w ramach zespołu i we współpracy międzynarodowej.	tworzenia współpracy w zespole ze szczególnym uwzględnieniem zasad etyki.	krytycznej oceny pracy własnej i zespołu,	ciągłego podnoszenia kwalifikacji w celu poprawy jakości pracy,
					przyjęcia odpowiedzialności za realizowane zadania,	merytorycznej weryfikacji efektów pracy,
					działania w środowisku wielokulturowym.	krytycznej oceny siebie oraz zespołów nadzorowanych w przedsiębiorstwie handlowym podczas procesu importu.

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
	WIDP 2	WIDP 3	WIDP 4	WIDP 5	WIDP 6	WIDP 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
	UIDP 2	UIDP 3	UIDP 4	UIDP 5	UIDP 6	UIDP 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,	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.	przewodzą 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
	KIDP 2	KIDP 3	KIDP 4	KIDP 5	KIDP 6	KIDP 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		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,	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,	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.	ponoszenia odpowiedzialności za skutki podjętych decyzji związanych z warunkami zakupu towarów,	kierowania zespołem i ponoszenia odpowiedzialności za wyniki pracy,	
				kierowania niewielkim zespołem pracowniczym,	podejmowania decyzji w sytuacji podwyższonego ryzyka i przyjmowania odpowiedzialności za ich skutki,	

				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
	WIEP 2	WIEP 3	WIEP 4	WIEP 5	WIEP 6	WIEP 7
WIEDZA				w szerokim zakresie teorie i praktyki negocjacyjne w handlu,	w zaawansowanym stopniu różnorodne strategie i konteksty negocjacyjne przedsiębiorstw handlowych,	w pogłębiony sposób różnorodne strategie 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.

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

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

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
WIEDZA		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 wiedzę 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.	

			typowe i powszechne metody oraz narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zapasami.			
	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	UIFP 2	UIFP 3	UIFP 4	UIFP 5	UIFP 6	UIFP 7
UMIEJĘTNOŚCI		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 zapasami zgodnie z instrukcją,	częściowo samodzielnie stosować aktualne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zapasami,	stosować aktualne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zapasami,	stosować aktualne i innowacyjne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zapasami oraz inicjować nowe rozwiązania,	
		w podstawowym zakresie dokumentować proces zamawiania towarów i zarządzania zapasami,	opracowywać i dokumentować zamawianie i zarządzanie zapasami,	zarządzać procesem dokumentowania, zamawiania towarów i zarządzania zapasami,	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 zapasów, korzystając z podstawowych metod i mierników zapasów,	kierować małym zespołem pracowniczym,	kierować małym zespołem pracowniczym zamawiającym towar,	wybierać i stosować odpowiednią strategię zarządzania zapasami,	
		stosować typowe techniki informacyjno-komunikacyjne,	kontrolować i korygować poziom zapasów, korzystając z dobranych, dostępnych metod i dobranych mierników zapasów,	kontrolować poziom zapasów, korzystając z właściwych, dostępnych metod i dobranych mierników zapasów,	kontrolować poziom zapasów, korzystając z właściwych, zaawansowanych metod i dobranych mierników zapasów,	

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

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

				krytycznej oceny własnej pracy w kontekście wniosków z przeprowadzonych kontroli zapasów,		
				stosowania zasady kultury współpracy z kontrahentami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności.		
ZARZĄDZANIE MAGAZYNEM; PRZYJĘCIE DOSTAWY, KONTROLA WARUNKÓW DOSTAWY I JAKOŚCI TOWARÓW; EKSPEDYCJA – KONTEKST SEKTOROWY G						
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
	W I G P 2	W I G P 3	W I G P 4	W I G P 5	W I G P 6	W I G P 7
WIEDZA	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 posługiwania się narzędziami, maszynami i urządzeniami używanymi w zarządzaniu dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	podstawowe informacje z zakresu towaroznawstwa,	w szerokim zakresie towaroznawstwo,	zaawansowane kryteria i złożone metody oceny towaru,	różnorodne kryteria i złożone metody oceny towaru,

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

		ogólne przepisy dotyczące transportu towarów,	w szerszym zakresie podstawy inwentaryzacji i zasady gospodarki opakowaniami,	w szerokim zakresie proces inwentaryzacji,	w zaawansowanym stopniu zasady gospodarki opakowaniami,	w pogłębiony sposób zasady gospodarki opakowaniami,
		typowe procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	w szerszym zakresie przepisy dotyczące transportu towarów i procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	w szerokim zakresie zasady gospodarki opakowaniami,	rynek usług transportowych i kurierskich,	rynek usług transportowych i kurierskich,
				w szerokim zakresie rynek usług transportowych i kurierskich,	przepisy dotyczące transportu towarów,	przepisy dotyczące transportu towarów,
				w szerokim zakresie przepisy dotyczące transportu towarów oraz przepisy i procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	przepisy i procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	szczegółowo przepisy i procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.
	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	U I G P 2	U I G P 3	U I G P 4	U I G P 5	U I G P 6	U I G P 7
UMIĘTNOŚCI	wyszukiwać, porównywać i oceniać proste informacje potrzebne do wykonywania działań w zakresie magazynowania, dostępne również w formie elektronicznej,	przygotowywać i korygować stosownie do okoliczności plan wykonywania niezbyt złożonych zadań z zakresu magazynowania,	przygotowywać i korygować stosownie do warunków plan procesów magazynowania,	przygotowywać plan działań dotyczący zadań gospodarki magazynowej, własnych i zespołu, którym kieruje, z uwzględnieniem zmiennych, dających się przewidzieć warunków oraz, stosownie do okoliczności, korygować plan w gospodarce magazynowej,	przygotowywać plan działania w gospodarce magazynowej z uwzględnieniem zmiennych, nie w pełni przewidywalnych warunków, korygować plan działania stosownie do okoliczności,	opracowywać plan strategiczny dla zespołu pracowniczego wykonującego zadania związane z gospodarką magazynową,
	stosować instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,	stosować instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,	prawidłowo wykorzystywać słownictwo z zakresu towaroznawstwa i magazynowania,	śledzić rozwój rozwiązań w gospodarce magazynowej, uwarunkowania prawne oraz lokalne konteksty,	tworzyć według wytycznych zasady i instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,	monitorować rozwój gospodarki magazynowej i transportu oraz ich międzynarodowe uwarunkowania i konteksty,
	przeprowadzić pod nadzorem odbiór jakościowy i ilościowy towaru według zasad ogólnych warunków dostaw (OWD),	przeprowadzać odbiory jakościowe i ilościowe towarów według zasad ogólnych warunków dostaw (OWD),	stosować instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,	wdrażać zasady i instrukcje dotyczące gospodarki magazynowej,	określać zasady odbioru jakościowego i ilościowego towaru, tworząc zasady ogólnych warunków dostaw (OWD),	analizować i oceniać prowadzoną gospodarkę magazynową w perspektywie trendów rozwojowych,

zweryfikować według ogólnej instrukcji dokumenty,	weryfikować 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),	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 dokumenty, oceniać 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,	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,	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,	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,	aplikować procedury HACCP,	aplikować procedury HACCP,	ustalać wytyczne procedury kierowania zespołem pracowniczym,
organizować pod kierunkiem pracę własną i swoje stanowisko pracy.	przygotowywać proces zwrotu towarów do dostawcy,	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,	

			przeprowadzać szkolenia i instruktaże stanowiskowe z uwzględnieniem zasad bezpieczeństwa i higieny pracy.		analizować i oceniać prowadzoną działalność magazynową pod względem zgodności z przepisami prawa,	
					nadzorować proces zwrotu towarów do dostawcy,	
					kierować zespołem pracowniczym,	
					wykazywać potrzeby permanentnego podnoszenia kwalifikacji i aplikacji nowych rozwiązań technologicznych,	
					odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej zarządzania magazynem, przyjęcia dostawy, kontroli warunków dostawy i jakości towarów oraz ekspedycji.	
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	K I G P 2	K I G P 3	K I G P 4	K I G P 5	K I G P 6	K I G P 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	postępowania zgodnie z instrukcjami dotyczącymi gospodarki magazynowej,	postępowania zgodnie z podstawowymi zasadami i instrukcjami dotyczącymi gospodarki magazynowej,	postępowania zgodnie z zasadami i instrukcjami dotyczącymi gospodarki magazynowej,	promowania celów przedsiębiorstwa i podejmowania działań skierowanych na ich realizację,	promowania celów przedsiębiorstwa i podejmowania działań skierowanych na ich realizację,	afirmacji celów przedsiębiorstwa i podejmowania działań skierowanych na ich realizację,
	działania zespołowego i niezbędnego komunikowania się związanego z przydzielonymi zadaniami w gospodarce magazynowej,	akceptacji naczelnych celów przedsiębiorstwa, w którym pracuje,	akceptowania celów przedsiębiorstwa, w którym pracuje, i podejmowania działań skierowanych na ich realizację,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki własnych działań oraz działań podległego zespołu pracowników, podejmowanych dla zapewnienia jakości towarów i efektywnej gospodarki magazynowej,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki własnych działań oraz działań podległego zespołu pracowników, podejmowanych dla zachowania jakości towarów i efektywnej jakościowo gospodarki magazynowej,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki własnych działań oraz działań podległego zespołu pracowników,

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,	podejmowania 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,	podejmowania 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
	WIIHP 2	WIIHP 3	WIIHP 4	WIIHP 5	WIIHP 6	WIIHP 7
WIEDZA		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 progu 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 progu rentowności i obliczania różnorodnych marż,	różnorodne, złożone metody analizy progu 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 progu rentowności i obliczania różnorodnych marż,	różnorodne metody i technologie sprzedaży,	różnorodne, złożone metody sprzedaży,

		podstawowe dokumenty sprzedażowe i procedury reklamacyjne,	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,	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,	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,	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,	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),		
				w szerokim zakresie procedury zapobiegania i minimalizowania strat.		

	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	U11HP2	U11HP3	U11HP4	U11HP5	U11HP6	U11HP7
UMIEJĘTNOŚCI		identyfikować towary w obrębie określonego asortymentu,	organizować działania związane z zarządzaniem procesem sprzedaży,	zarządzać kategorią produktów,	formułować cele polityki asortymentowej,	monitorować rynek konsumencki i występujące na nim trendy,
		według ogólnych instrukcji prezentować ofertę asortymentową i dostosowywać ją do potrzeb klienta,	śledzić rynek właściwy w odmiennych procesach sprzedażowych,	śledzić rynkową ofertę asortymentową i analizować ją w kontekście oferty własnej,	formułować ofertę asortymentową i dostosowywać ją do potrzeb rynkowych według wskazanej strategii,	formułować cele polityki asortymentowej z uwzględnieniem prognozy zmian rynkowych,
		prezentować ceny i finalizować transakcje sprzedaży,	prowadzić dokumentację sprzedaży, zapasów, cen i marż,	dobierać odpowiednie programy analityczne do optymalizacji oferty asortymentowej,	dobierać skuteczne i innowacyjne metody analizy cen i optymalizować marże,	określać zakres oferty asortymentowej w odniesieniu do potrzeb rynkowych,
		przyjmować zapłatę za towar i dokonywać zwrotu płatności za towar zgodnie z przepisami prawa oraz wewnętrznymi uregulowaniami przedsiębiorstwa w zakresie gospodarowania towarami i finansami,	wdrażać do sprzedaży ofertę asortymentową,	planować i rekomendować dostosowanie oferty asortymentowej do potrzeb rynkowych,	przeprowadzić analizę oferty, wykorzystując różne metody diagnozy rynkowej,	wyznaczać założenia polityki cenowej i marżowej,
		stosować wskazane metody sprzedaży i nowoczesne technologie sprzedażowe,	monitorować ilość i jakość towarów w procesie sprzedaży,	przeprowadzać analizę cen i optymalizować marże,	wykorzystywać złożone programy analityczne do optymalizacji oferty asortymentowej,	opracowywać strategię sprzedaży z uwzględnieniem analiz rynkowych,
		rozwiązywać typowe problemy relacji z klientem i sprzedaży w częściowo zmiennych warunkach według wskazanych procedur i instrukcji,	przeprowadzać analizę ilościową oferty towarowej, wykorzystując wskazane metody, korygować, optymalizować zapasy,	sporządzać dokumentację pracy własnej nad asortymentem oraz analizować i oceniać swoje kompetencje zawodowe,	planować proces zarządzania kategorią towarów,	modyfikować metody sprzedaży i technologie sprzedażowe z wykorzystaniem nowej wiedzy,
		organizować swoje stanowisko sprzedaży zgodnie z instrukcją,	stosować wskazane metody sprzedaży i wdrażać nowoczesne technologie sprzedażowe w kierowaniu małym zespołem pracowniczym,	w obszarze zarządzania kategorią towarów korzystać z możliwości jej poszerzania,	opracowywać różne metody sprzedaży i dostosowywać do nich nowoczesne technologie sprzedażowe,	oceniać działania związane z procesem sprzedaży,

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

			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.	
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	KIIHP 2	KIIHP 3	KIIHP 4	KIIHP 5	KIIHP 6	KIIHP 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		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,	promowania elastyczności i kreatywności pracowników 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,	utrzymania 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,
		podejmowania 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,	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem w zakresie kreowania oferty asortymentowej i celów sprzedażowych,
		akceptowania dyscypliny pracy i konieczności jej stosowania jako podstawy świadczenia usług na wysokim poziomie,	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z podległymi pracownikami w zakresie technik sprzedaży,	sprawowania opieki w zakresie realizacji sprzedaży,	dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z podległym zespołem pracowniczym,	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,	kształtowania 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,

		przyjmowania odpowiedzialności za powierzone zadania sprzedażowe.	promowania elastyczności i kreatywności wśród pracowników jako istotnych zasad pracy w handlu,	podnoszenia własnych kwalifikacji i kwalifikacji podległych pracowników związanych z zastosowaniem w handlu nowoczesnych technik informacyjno-komunikacyjnych, analitycznych oraz technik sprzedaży	podnoszenia własnych kwalifikacji i kwalifikacji podległych pracowników, które są związane z zastosowaniem w handlu nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych oraz technik sprzedaży,	wprowadzania i egzekwowania dyscypliny pracy jako podstawy świadczenia usług na wysokim poziomie,
			respektowania dyscypliny pracy i konieczności jej stosowania jako podstawy świadczenia usług na wysokim poziomie,	promowania i respektowania dyscypliny pracy jako podstawy świadczenia usług na wysokim poziomie,	promowania znaczenia ergonomii, wizerunku i higieny w handlu,	podejmowania decyzji w sytuacji wysokiego ryzyka i ponoszenia odpowiedzialności za podjęte decyzje związane z wyborem strategii asortymentowej.
			przestrzegania i egzekwowania ergonomii, wizerunku i higieny pracy w handlu,	uznawania konieczności podnoszenia własnych kompetencji,	podejmowania decyzji w sytuacjach trudnych,	
			przyjmowania odpowiedzialności związanej z wykonywaniem samodzielnych zadań sprzedażowych,	pracy w warunkach stałej koncentracji i opanowania, związanych z koniecznością sprostania wysokim oczekiwaniom klientów,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki własnych decyzji.	
			pracy w warunkach stałej koncentracji.	promowania i przestrzegania przepisów związanych z ergonomią, wizerunkiem i higieną pracy w sprzedaży,		
				przyjmowania odpowiedzialności związanej z zarządzaniem asortymentem towarowym i sprzedażą.		
EKSPORT – KONTEKST SEKTOROWY I						
	POZIOM 2	POZIOM 3	POZIOM 4	POZIOM 5	POZIOM 6	POZIOM 7
	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE	ZNA I ROZUMIE
	WIIIP 2	WIIIP 3	WIIIP 4	WIIIP 5	WIIIP 6	WIIIP 7
WIEDZA			geograficzne umiejscowienie odbiorców eksportowych,	właściwości struktury towarów oraz zasady pracy z markami własnymi i brandami producenckimi,	w zaawansowanym stopniu złożone zależności między produktami oraz ich cechami,	

			różnice pomiędzy sprzedażą we własnej sieci dystrybucji a sprzedażą do finalnych odbiorców,	rolę promocji i wsparcia sprzedaży,	procesy ekonomiczne na rynkach eksportowych,	
			rolę dystrybutorów i sprzedawców oraz ogniwo łańcucha dostawy eksportowej,	zasady i dokumentację rozliczania eksportu (wprost i kompensacyjnie),	rolę ekspansji i oczekiwania potencjalnych nabywców,	
			w szerszym zakresie podstawy prawne eksportu i wymagany pakiet dokumentów,	zasady prawne przygotowania i realizacji eksportu.	mechanizmy korzyści komparatywnych oraz rolę konkurencji ze strony rodzimych i zewnętrznych konkurentów na rynku eksportowym,	
			w niezbędnym zakresie podstawy logistyki oraz zasad bezpieczeństwa i utrzymania jakości produktów,		w stopniu zaawansowanym aktualną wykładnię prawniczą, zarządczą i ekonomiczną na temat przygotowania i realizacji eksportu oraz źródła podnoszenia kompetencji w tym zakresie.	
			zasady kierowania małym zespołem wysyłkowym i zasady spedycji.			
	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	U I I I P 2	U I I I P 3	U I I I P 4	U I I I P 5	U I I I P 6	U I I I P 7
UMIĘTNOŚCI			kierować małym zespołem wysyłkowym,	organizować pracę nad planowaniem i przygotowaniem dostaw eksportowych,	przekazywać informacje z realizacji zadań zespołu eksportowego i innych zespołów, raportować na szczeblu strategicznym przedsiębiorstwa,	
			wprowadzać zespół w realizację kontraktów, wypełnić i uzupełnić dokumenty towarzyszące oraz zorganizować i utrzymać kontrolę nad realizacją dostawy,	współpracować z dostawcami, uwzględniając zmienne sytuacje rynkowe i zmiany stanów prawnych,	sporządzać projekty kierunkowych i innowacyjnych decyzji związanych z eksportem i rynkiem,	

			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
	KI IIP 2	KI IIP 3	KI IIP 4	KI IIP 5	KI IIP 6	KI IIP 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 zróżnicowanych 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, zdobywania 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
	WIIJP 2	WIIJP 3	WIIJP 4	WIIJP 5	WIIJP 6	WIIJP 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 postępowania się urządzeniami używanymi do przemieszczania towarów.	zasady działania i postępowania 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 postępowania 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
	U11JP2	U11JP3	U11JP4	U11JP5	U11JP6	U11JP7
UMIĘTNOŚCI	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 powierzone 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.		
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	K I I J P 2	K I I J P 3	K I I J P 4	K I I J P 5	K I I J P 6	K I I J P 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	przestrzegania zasad etyki handlowej i współzycia społecznego według dostępnych regulaminów i instrukcji,	przestrzegania zasad etyki handlowej i współzycia społecznego według dostępnych regulaminów i instrukcji,	przestrzegania w komunikacji wizualnej z klientami zasad etyki handlowej i współzycia społecznego,	przestrzegania zasad etyki handlowej i współzycia społecznego w komunikacji wizualnej z klientami,		
	kontrolowania 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,		

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

			zasady etyki zawodu handlowca,	zasady odpowiedzialności za szkody wyrządzone przez wadliwy towar,		
			związek praktycznej obsługi klienta (produkt, opakowanie, płatność) ze znajomością towaru, kulturą bycia i umiejętnością nawiązywania relacji,	rodzaje sprzedaży bezpośredniej i przepisy regulujące sprzedaż.		
			potrzeby informacyjne klienta, techniki obsługi klienta, w tym rozwiązywania konfliktów,			
			znaczenie prezentacji towarów,			
			zasady reklamacji towaru i odpowiedzialności za szkodę.			
	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	U I I K P 2	U I I K P 3	U I I K P 4	U I I K P 5	U I I K P 6	U I I K P 7
UMIĘJTNOSĆ		nawiązywać relacje z klientem,	posługiwać się środkami transportu,	kierować małym zespołem sprzedawców oraz realizować wskazane plany sprzedażowe,		
		wypełniać typowe ankiety potrzeb klientów,	obsługiwać mobilne urządzenia komunikacji i urządzenia służące do sprzedaży,	rozpatrywać i obsługiwać reklamacje,		
		skutecznie zaprezentować ofertę, łącząc interes przedsiębiorstwa z preferencjami klienta,	skutecznie zaprezentować ofertę przedsiębiorstwa, łącząc interes przedsiębiorstwa z preferencjami klienta, sfinalizować sprzedaż,	skutecznie używać narzędzi marketingu (takich jak oferta asortymentowa, ceny, informacja, promocje) oraz wykorzystywać dostępne narzędzia sprzedaży,		
		rozwiązywać proste, typowe problemy w częściowo zmiennych warunkach,	pozyskiwać kluczowe informacje o potrzebach klientów,	organizować przekazanie towaru, dobrać metodę płatności oraz właściwe dokumenty,		
		formułować i odbierać proste wypowiedzi w języku obcym dotyczące sprzedaży bezpośredniej w handlu.	wykazywać przewagę oferty swojej przedsiębiorstwa nad propozycją konkurentów,	organizować i prowadzić proces szkoleniowy,		

			dostosować strategię obsługi do profilu i zachowania klientów,	odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej sprzedaży bezpośredniej w handlu.		
			nawiązywać i budować relacje z klientem,			
			odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące sprzedaży bezpośredniej w handlu.			
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	KI I K P 2	KI I K P 3	KI I K P 4	KI I K P 5	KI I K P 6	KI I K P 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		przestrzegania standardów obsługi klienta,	postępowania w procesie obsługi zapewniającego kompromis interesów klienta i przedsiębiorstwa,	upowszechniania wzorców właściwej obsługi klienta,		
		częściowo samodzielnego działania oraz współdziałania i oceniania działań związanych ze sprzedażą bezpośrednią swoją i zespołową, realizowaną na podstawowym poziomie,	utrzymywania asertywnych relacji z klientami,	promowania zasad etycznych w komunikacji z pracownikami, klientami i partnerami biznesowymi,		
		podejmowania odpowiedzialności za skutki tych działań.	utrzymywania prawidłowych relacji w zespole oraz z klientami i partnerami biznesowymi,	oceniania działań swoich i osób, którymi kieruje,		
			panowania nad stresem związanym z obsługą różnych klientów pod presją czasu i radzenia sobie z trudnymi klientami i własnymi emocjami,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań.		

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

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

					odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi oraz prowadzić konwersację w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii w zakresie działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.	odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi oraz prowadzić konwersację w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii w zakresie działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.
	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO	JEST GOTÓW DO
	KIILP 2	KIILP 3	KIILP 4	KIILP 5	KIILP 6	KIILP 7
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		działania informacyjno-promocyjnego oraz współdziałania w zorganizowanych warunkach według instrukcji, pod nadzorem,	komunikowania się z zespołem i współpracy z innymi działami,	samodzielnego działania oraz współdziałania z innymi, kierowania niewielkim zespołem,	wzmacniania i upowszechniania wzorów właściwego postępowania w środowisku handlowym i poza nim,	tworzenia i rozwijania wzorców właściwego postępowania w środowisku pracy,
		oceny działań własnych i podejmowania odpowiedzialności za skutki tych działań.	budowania i nawiązywania kontaktów sprzedażowych,	przestrzegania norm, zasad i przepisów obowiązujących w komunikacji z klientem, gwarantujących rzetelność udzielanych informacji,	promowania zachowań kreatywnych w zakresie promocji towarów, w tym wynikających z zastosowania nowoczesnych technologii komunikowania się z klientem,	podejmowania inicjatyw dla rozwoju relacji z klientem,
			autonomicznego działania oraz współdziałania w zorganizowanych warunkach,	świadomego rozwijania wzorców etycznego postępowania w procesach promocji towarów i przedsiębiorstwa oraz komunikacji z klientami,	krytycznej oceny działań i ponoszenia odpowiedzialności za pracę własną i zespołu.	promowania zasady etyki w marketingu,
			oceny działań swoich oraz zespołu nadzorowanego,	przyjmowania odpowiedzialności za skutki działań własnych i nadzorowanego zespołu.		przewodnictwa w grupie i ponoszenia odpowiedzialności za wyniki pracy własnej i zespołu,
			przyjmowania odpowiedzialności za skutki działań własnych oraz nadzorowanego zespołu.			upowszechniania identyfikacji z przedsiębiorstwem.

DOKUMENTACJA SPRZEDAŻY I KONTROLING – KONTEKST SEKTOROWY M						
	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 M P 2	W I I M P 3	W I I M P 4	W I I M P 5	W I I M P 6	W I I M P 7
WIEDZA	podstawowe zasady dokumentacji sprzedaży w bezpośrednich transakcjach gotówkowych i bezgotówkowych,	w obszarze kontrolingu narzędzia i oprogramowanie informatyczne oraz w szerszym zakresie dokumentację sprzedaży,	w szerszym zakresie zasady wypełniania umiarkowanie złożonych dokumentów sprzedaży,	w szerokim zakresie przepisy prawa regulujące dokumentację sprzedaży,	w zaawansowanym stopniu wiedzę na temat planowania, nadzoru, sprawozdawczości i finansów, w tym zasady budżetowania,	wnikliwie 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,
			zasady tworzenia dokumentów planistycznych, a w szczególności budżetu,			w pogłębiony sposób założenia planowania strategicznego i operacyjnego przedsiębiorstwa,
			w szerszym zakresie kryteria oceny wyników kontrolingu,			strategie konkurencji i partnerów w łańcuchu dostaw.
			w szerszym zakresie znaczenie wydajności pracy i kryteria oceny produktywności.			
	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI	POTRAFI
	U I I M P 2	U I I M P 3	U I I M P 4	U I I M P 5	U I I M P 6	U I I M P 7
UMIĘTNOŚCI	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,	rozdzielać 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,	reagować na sytuacje nietypowe i uzyskiwać akceptację propozycji rozwiązań przez przełożonych,	stosować zasady i przepisy oraz kontrolować poprawność wykonywanych w zespole dokumentów i działań,	oceniać 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 nieskomplikowane 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, szkółąc 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
	KIIMP 2	KIIMP 3	KIIMP 4	KIIMP 5	KIIMP 6	KIIMP 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 zespołach różnych ról społecznych,	przyjmowania zróżnicowanych 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 pro jakościowych 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.		