Wymagania edukacyjne niezbędne do otrzymania przez ucznia poszczególnych śródrocznych i rocznych ocen klasyfikacyjnych z Organizacji sprzedaży

Klasa I Branżowa Szkoła

Wymagania edukacyjne z podstaw przedsiębiorczości w Zespole Szkół Ekonomicznych im. bł. ks. Romana Sitki w Mielcu, opracowane są w oparciu o:

1) Podstawę programową z podstaw przedsiębiorczości;
2) Rozporządzenie MEN z dnia 22 lutego 2019 roku w sprawie oceniania, klasyfikowania i promowania uczniów i słuchaczy w szkołach publicznych;
3) Statut i Zasady Wewnątrzszkolnego oceniania;

Przedmiotem oceniania są:

- wiadomości;
- umiejętności;
- postawa ucznia i jego aktywność.

Cele ogólne oceniania:

- rozpoznanie przez nauczyciela poziomu i postępów w opanowaniu przez ucznia wiadomości i umiejętności w stosunku do wymagań programowych;
- poinformowanie ucznia o poziomie osiągnięć edukacyjnych i postępach w tym zakresie;

- pomoc uczniowi w samodzielnym kształceniu i motywowanie do dalszej pracy;
- motywowanie ucznia do dalszej pracy,
- dostarczanie rodzicom i nauczycielowi informacji o postępach oraz trudnościach ucznia w postaci ocen i wpisów w dzienniku elektronicznym,
- umożliwienie nauczycielowi doskonalenia organizacji i metod pracy.

W szczególności ocenie podlegają następujące osiągnięcia edukacyjne:

a. czytanie – umiejętność rozumienia, wykorzystywania i refleksyjnego przetwarzania tekstów, w tym tekstów kultury, prowadząca do osiągnięcia własnych celów, rozwoju osobowego oraz aktywnego uczestnictwa w życiu społeczeństwa;
b. myślenie matematyczne – umiejętność wykorzystywania narzędzi matematyki w życiu codziennym oraz formułowania sądów opartych na rozumowaniu matematycznym;
c. myślenie naukowe – umiejętność wykorzystania wiedzy o charakterze naukowym do identyfikowania i rozwiązywania problemów, a także formułowania wniosków opartych na obserwacjach empirycznych dotyczących przyrody i społeczeństwa;
d. umiejętność komunikowania się w języku ojczystym i w językach obcych, zarówno w mowie, jak i piśmie;
e. umiejętność sprawnego posługiwania się nowoczesnymi technologiami informacyjno-komunikacyjnymi;
f. umiejętność wyszukiwania, selekcjonowania i krytycznej analizy informacji;
g. umiejętność rozpoznawania własnych potrzeb edukacyjnych oraz uczenia się;
h. umiejętność pracy zespołowej.

Formy i metody sprawdzania osiągnięć i postępów ucznia:

- odpowiedź ustna,
- prace projektowe,
- zadanie domowe,
- kartkówka obejmująca niewielką partię materiału /15 minut/,
- praca w grupach,
- sprawdzian obejmujący moduł programowy,
- aktywność na zajęciach,
- uzupełnione ćwiczenia
- praca pozalekcyjna / konkursy/.

Wymagania na poszczególne oceny – uczeń powinien:				
konieczne (ocena dopuszczająca)	**podstawowe (ocena dostateczna)**	**rozszerzające (ocena dobra)**	**dopełniające (ocena bardzo dobra)**	**wykraczające (ocena celująca)**
KLASA I				

• zdefiniować pojęcie handlu • wymienia funkcje przedsiębiorstw handlowych • wymienia struktury organizacyjne • wyjaśnić pojęcie popytu konsumpcyjnego; • znać czynniki ekonomiczne i pozaekonomiczne regulujące popyt • klasyfikuje potrzeby ludzkie • wymienia sposoby zaspokojenia potrzeb • wiedzieć czym są towary konsumpcyjne • podać definicje towaru substytucyjnego	• określić zadania handlu • przedstawić formy handlu detalicznego • Charakteryzuje struktury organizacyjne • wymienić i omówić rodzaje popytu • wymienić czynniki wpływające na popyt wymienić przesłanki wyboru dostawcy • ustalić harmonogram dostaw • wymienić rodzaje popytu, podać przykłady; • określić czynniki decydujące o wyborze dostawcy; • wymienia rodzaje popytu na towary	• przedstawić klasyfikację handlu • określa zalety i wady struktur organizacyjnych • omawia istotę i znaczenie centrum handlowo-usługowego • scharakteryzować zasady funkcjonowania sieci handlowych; • wskazać przykłady sieci handlowych; • scharakteryzować metody badania popytu; • wymienić źródła zakupu towarów; • omówić procedury zamawiania towarów; • przedstawić zadanie	• Określić znaczenie handlu • scharakteryzować handel stacjonarny; • scharakteryzować handel ruchomy; • scharakteryzować handel wysyłkowy; • dobiera strukturę organizacyjna do różnych typów działalności handlowej • wskazać znaczenie centrum usługowo-handlowego we współczesnym handlu; • podać przykłady marek własnych; • dokonać wyboru dostawcy na podstawie danych;	• właściwie interpretować nowe sytuacje i zjawiska, w sposób twórczy rozwiązywać problemy, • opracowuje strukturę organizacyjna różnych działalności handlowych • Podaje przykłady różnych form handlu detalicznego w środowisku lokalnym • sporządzić sieć handlową na przykładzie określonego przedsiębiorstwa • wykazuje dużą samodzielność w uzyskiwaniu informacji i

• podać definicje dobra komplementarnego • znać pojęcie elastyczności popytu • dokonać wyboru źródeł zakupu • wiedzieć jak obliczyć ilość zamawianych towarów • wymieniać dokumenty dotyczące dostaw • wiedzieć czym jest harmonogram dostaw • znać przesłanki wyboru dostawcy, • znać dokumenty handlowe • znać dokumentację związaną z zamawianiem towarów,	• tworzyć typowe pisma handlowe • określa rodzaje dokumentów dotyczących dostaw towarów stosowanych powszechnie w przedsiębiorstwach handlowych, • obliczyć ilość zamawianych towarów • wymienić dokumentację związaną z zamawianiem towarów • sklasyfikować obiekty handlowe • wymienić czynniki wpływające na popyt • wymienić przesłanki wyboru dostawcy	akwizytatora; • scharakteryzować zasady zaopatrzenia w towary; • rozróżnić formy dostaw (loco, franco) • wskazać, co należy wziąć pod uwagę opracowując harmonogram dostaw odbieranego towaru • omawiać czynniki decydujące o wielkości i strukturze zaopatrzenia placówek handlowych • dokonać podziału potrzeb wg różnych kryteriów • definiować wybrane rodzaje popytu	• sporządzić przykładowe zamówienie na towary; • sporządzić przykładową ofertę handlową i umowę sprzedaży; • sporządzić przykładowy harmonogram dostaw; • bezbłędnie przygotowywać dokumenty handlowe: ofertę, zamówienie, pismo informacyjne, • dokonać analizy zapotrzebowania konsumentów na towary i zapasy towarowe w celu ustalenia wielkości zakupu	zastosowaniu ich w praktyce • uczestniczy w konkursach, olimpiadach i osiąga wyróżniające wyniki

	• dobierać do przykładu towary substytucyjne • dobierać do przykładu towary komplementarne • definiować popyt i potrzeby • wymienić czynniki kształtujące ofertę placówki handlowej • wymienić źródła zakupu towarów • wymienić instrumenty cenowe i pozacenowe decydujące o wyborze dostawcy • wymienić zasady właściwego doboru towarów • wyjaśnić, na czym polega rejonizacja	• dobierać metody pozyskania informacji dotyczących popytu na towary	• scharakteryzować rolę, jaką odgrywa ustalanie wielkości zaopatrzenia • dobierać sposoby pozyskania informacji dotyczących popytu na określone towary • określać istotę komplementarności towarów	

	dostaw			