

KRYTERIA OCENIANIA z przedmiotu PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI
w klasie: 3LP, 3LW, 3TMR, 3TW, 3TAZ - poziom podstawowy

Temat	Wymagania konieczne (ocena dopuszczająca)	Wymagania podstawowe (ocena dostateczna)	Wymagania rozszerzające (ocena dobra)	Wymagania dopełniające (ocena bardzo dobra)	Wymagania wykraczające (ocena celująca)
I. Prawne podstawy zatrudnienia					
	Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:	Uczeń:
1.1. Formy zatrudnienia	– wskazuje podstawowe źródło prawa pracy – zna zasady zatrudnienia	– wyróżnia formy zatrudnienia pracowników – rozróżnia rodzaje umów przy zatrudnieniu – wyróżnia okresy zawierania umowy o pracę – rozróżnia rodzaje umów cywilnoprawnych	– wyróżnia elementy umowy o pracę – wyróżnia sposoby rozwiązywania umowy o pracę – ustala okresy wypowiedzenia umowy o pracę – rozróżnia skutki wynikające z nawiązania i rozwiązania stosunku pracy	– interpretuje korzyści z wyboru konkretnej formy zatrudnienia i umowy – charakteryzuje skutki wykonywania czynności na podstawie umów cywilnoprawnych	– interpretuje korzyści z wyboru konkretnej formy zatrudnienia i umowy – charakteryzuje skutki wykonywania czynności na podstawie umów cywilnoprawnych
1.2. Systemy płac	– wyjaśnia pojęcia: płaca, płaca brutto, płaca netto	– rozróżnia systemy płac – charakteryzuje różne systemy płac: czasowy, akordowy, prowizyjny	– charakteryzuje potrącenia od płacy brutto – oblicza wynagrodzenie netto	– identyfikuje składki ZUS, NFZ, zaliczkę na podatek dochodowy PIT – identyfikuje koszty płac dla pracodawcy	– analizuje obciążenie pracodawców kosztami osobowymi
1.3. Obowiązki i prawa pracownika oraz pracodawcy	– wskazuje źródło praw i obowiązków pracodawcy i pracownika	– interpretuje podstawowe prawa i obowiązki pracownika	– analizuje prawa i obowiązki młodocianego pracownika	– identyfikuje wymagania i obowiązki pracodawcy wobec młodocianego	– analizuje relacje między prawami pracownika a obowiązkami pracodawcy przy zatrudnianiu

	<ul style="list-style-type: none"> – wyjaśnia pojęcie: młodociany pracownik, osoba niepełnosprawna 	<ul style="list-style-type: none"> – analizuje podstawowe prawa i obowiązki pracodawcy – charakteryzuje warunki zatrudnienia młodocianego pracownika – analizuje prawa i obowiązki pracodawcy wobec młodocianego pracownika 	<ul style="list-style-type: none"> – omawia specyfikę zatrudnienia osób niepełnosprawnych 	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje obowiązki i korzyści pracodawcy przy zatrudnianiu niepełnosprawnego 	<ul style="list-style-type: none"> młodocianych i niepełnosprawnych
1.4. Rodzaje urlopów	<ul style="list-style-type: none"> – wyjaśnia pojęcie: urlop – wskazuje źródło udzielania urlopu 	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje ustawowy czas pracy – wymienia rodzaje urlopów przysługujące pracownikowi – rozróżnia wymiar urlopów wypoczynkowych 	<ul style="list-style-type: none"> – oblicza wymiar urlopu, uwzględniając staż pracy i wykształcenie – charakteryzuje urlop na żądanie i jego wymiar – omawia okoliczności umożliwiające udzielenie urlopu szkoleniowego 	<ul style="list-style-type: none"> – oblicza urlop proporcjonalny 	<ul style="list-style-type: none"> – analizuje sytuacje problemowe związane z wymiarami urlopu i udzielaniem urlopu przy umowach cywilnoprawnych i w okresie pobierania zasiłku
1.5. Bezpieczeństwo i higiena pracy	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje instytucje przestrzegania prawa pracy w Polsce – wyjaśnia pojęcie: stanowisko pracy w branży 	<ul style="list-style-type: none"> – wyjaśnia pojęcie: ergonomia – identyfikuje obowiązki pracodawcy dotyczące BHP na stanowisku pracy – rozróżnia zasady dobrej organizacji pracy 	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje ergonomiczne stanowisko pracy – przedstawia zasady dobrej organizacji oraz bezpieczeństwa i higieny pracy na przykładzie konkretnego stanowiska 	<ul style="list-style-type: none"> – określa zadania związków zawodowych 	<ul style="list-style-type: none"> – analizuje zadania ergonomii pracy

		– wyjaśnia rolę instrukcji stanowiskowych			
1.6. Ochrona praw pracowniczych	– wskazuje źródła prawa i instytucje ochrony praw pracowniczych – wyjaśnia pojęcie: mobbing	– rozpoznaje przejawy mobbingu w pracy – charakteryzuje skutki mobbingu – wyjaśnia konsekwencje zatrudniania bez umowy	– przedstawia sposoby przeciwdziałania mobbingowi – wyjaśnia sposób postępowania etycznego – charakteryzuje skutki korupcji i sposoby jej przeciwdziałania	– dostrzega rolę związków zawodowych w ochronie praw pracowniczych – ocenia zachowania etyczne i nieetyczne pracodawców i pracowników	– analizuje problemowe sytuacje łamania praw pracowniczych i sposoby ich zapobiegania
II. Przedsiębiorstwo					
2.1. Klasyfikacja przedsiębiorstw	– wskazuje akt prawny dotyczący prowadzenia działalności gospodarczej – rozróżnia formy własności przedsiębiorstwa	– definiuje działalność gospodarczą – wyjaśnia pojęcie: przedsiębiorca – określa rodzaj działalności w branży według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007) – klasyfikuje przedsiębiorstwa według kryterium rodzaju prowadzonej działalności	– charakteryzuje pojęcie przedsiębiorstwa według Kodeksu cywilnego – wyróżnia cechy przedsiębiorstwa – klasyfikuje przedsiębiorstwa według form własności – klasyfikuje przedsiębiorstwa według wielkości: mikroprzedsiębiorstwa, małe, średnie i duże	– charakteryzuje funkcje przedsiębiorstwa – wyjaśnia elementy schematu modelu biznesowego – charakteryzuje innowacyjne modele biznesu	– analizuje przepisy Konstytucji Biznesu – charakteryzuje innowacyjne modele e-biznesu – wyszukuje i analizuje startupy z branży
2.2. Struktura biznesplanu	– wyjaśnia pojęcie: biznesplan – formułuje cztery pytania, na które odpowiada biznesplan	– wskazuje adresatów biznesplanu – wyróżnia elementy biznesplanu	– przedstawia strukturę biznesplanu – objaśnia poszczególne elementy biznesplanu	– charakteryzuje etapy opracowania biznesplanu – formułuje streszczenie	– analizuje biznesplany wybranych firm w branży

	(kto?, co?, jak?, ile to będzie kosztowało?)		– uzasadnia przydatność sporządzenia biznesplanu	biznesplanu przedsiębiorstwa z branży	
2.3. Pomysł na własną działalność gospodarczą	– podaje przykłady pomysłów na biznes znanych przedsiębiorców	– formułuje pytania wpływające na wygenerowanie pomysłu na biznes	– wskazuje źródła pomysłu na własną działalność gospodarczą – charakteryzuje własny pomysł na działalność gospodarczą lub przedsięwzięcie gospodarcze	– ocenia innowacyjność własnego pomysłu	– projektuje oczekiwania rynku jako podstawy pomysłu na własny biznes
2.4. Biznesplan własnego przedsiębiorstwa	– wskazuje cel sporządzenia biznesplanu	– określa podstawowe zasady sporządzenia biznesplanu	– sporządza biznesplan projektu własnego przedsiębiorstwa lub innego przedsięwzięcia o charakterze społeczno-ekonomicznym	– prezentuje projekt własnego pomysłu w formie biznesplanu	– analizuje uzasadnienie biznesowe i ryzyko własnego przedsięwzięcia
2.5. Otoczenie przedsiębiorstwa	– wyjaśnia słowo: otoczenie – rozróżnia rodzaje otoczenia przedsiębiorstwa – wyjaśnia cel zbierania informacji z rynku	– rozróżnia elementy otoczenia konkurencyjnego – rozróżnia elementy makrootoczenia – wyjaśnia cel analizy SWOT jako narzędzia planistycznego – wymienia formy zbierania informacji marketingowych	– rozpracowuje mikrootoczenie i makrootoczenie wybranego przedsiębiorstwa z branży – identyfikuje mocne i słabe strony przedsiębiorstwa – identyfikuje szanse i zagrożenia	– analizuje mikrootoczenie i makrootoczenie wybranego przedsiębiorstwa z branży, uwzględniając jego lokalizację – podejmuje decyzje na podstawie zebranych informacji rynkowych	– analizuje mocne i słabe strony oraz szanse i zagrożenia projektowanego przedsięwzięcia – analizuje sytuację wybranego przedsiębiorstwa w otoczeniu konkurencyjnym na podstawie zebranych informacji

			<ul style="list-style-type: none"> – określa rolę lokalizacji firmy w osiągnięciu sukcesu – formułuje pytania ankietowe dotyczące badania rynku 		
2.6. Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje przykłady prowadzenia indywidualnej działalności – wskazuje źródła funkcjonowania spółek, spółdzielni, stowarzyszeń i fundacji 	<ul style="list-style-type: none"> – rozróżnia rodzaje spółek – rozróżnia spółki prawa handlowego – rozróżnia spółki kapitałowe – charakteryzuje spółkę cywilną – wymienia przedsiębiorstwa przedsiębiorczości społecznej – charakteryzuje indywidualną działalność gospodarczą 	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje podstawowe formy organizacyjno-prawne spółek – charakteryzuje cel i zasady funkcjonowania spółdzielni pracy i spółdzielni socjalnych 	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje odpowiedzialność prawną i majątkową właścicieli w podstawowych formach organizacyjno-prawnych przedsiębiorstw – charakteryzuje cel i zasady funkcjonowania fundacji i stowarzyszeń 	<ul style="list-style-type: none"> – analizuje aspekty decyzji o wyborze formy organizacyjno-prawnej przedsiębiorstwa
2.7. Podejmowanie indywidualnej działalności gospodarczej	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje podstawowy akt prawny dotyczący przedsiębiorców – objaśnia pojęcie: firma na próbę 	<ul style="list-style-type: none"> – wyjaśnia pojęcie: nierejestrowana działalność gospodarcza – wskazuje podstawowy dokument rejestracji przedsiębiorstwa 	<ul style="list-style-type: none"> – przedstawia procedury związane z rejestracją indywidualnej działalności gospodarczej i jej likwidacją 	<ul style="list-style-type: none"> – omawia wniosek CEIDG-1 	<ul style="list-style-type: none"> – analizuje różnice między działalnością nierejestrowaną a okazjonalną

2.8. Finansowanie działalności gospodarczej	– wskazuje możliwe źródła finansowania działalności gospodarczej	– rozróżnia rodzaje źródeł finansowania – rozróżnia rodzaje finansowania zewnętrznego	– charakteryzuje źródła finansowania zewnętrznego z instytucji finansowych – charakteryzuje formy finansowania z urzędów pracy i funduszy unijnych	– dokonuje wyboru możliwości finansowania przedsięwzięcia – charakteryzuje <i>venture capital</i> – wyjaśnia rolę „aniołów biznesu”	– określa funkcje inkubatorów przedsiębiorczości w powstawaniu i rozwoju małych firm – analizuje startupy lokalnego rynku
2.9. Zarządzanie przedsiębiorstwem	– wyjaśnia istotę zarządzania i motywowania na przykładach – rozróżnia zasoby przedsiębiorstwa – wyjaśnia na przykładach pojęcia: zespół, praca zespołowa – wskazuje lidera w różnych zespołach	– charakteryzuje zasoby rzeczowe, ludzkie, finansowe i informacyjne przedsiębiorstwa – wyjaśnia istotę procesu zarządzania różnymi zasobami przedsiębiorstwa – określa elementy zasobów ludzkich – określa cechy pracy zespołowej – określa role w zespole – identyfikuje cechy dobrego lidera i wykonawcy	– wyjaśnia zasady skutecznego zarządzania ludźmi oparte na koncepcji przywództwa – objaśnia przebieg procesu zarządzania – wyróżnia style kierowania – stosuje zasady pracy zespołowej w przedsięwzięciach – uczestniczy w pracy zespołowej	– charakteryzuje zarządzanie zasobami ludzkimi – objaśnia zarządzanie ludźmi oparte na przywództwie – projektuje podział pracy w zespole w konkretnym przedsięwzięciu – wdraża zasady skutecznego przywództwa w organizacji	– projektuje cechy dobrego lidera – analizuje funkcje zarządzania i funkcje przywództwa – charakteryzuje efekt synergii pracy zespołowej
III. Efekty finansowe przedsiębiorstwa					
3.1. Główne instrumenty marketingowe	– wyjaśnia na przykładzie pojęcie „marketing” według wyszukanych definicji	– wymienia elementy marketingu miks (4P) – charakteryzuje elementy marketingu miks wybranego	– określa rynek docelowy danego przedsiębiorstwa – charakteryzuje elementy marketingu	– określa rolę produktu, ceny, promocji i dystrybucji w funkcjonowaniu	– definiuje pojęcie: zarządzanie marketingowe – projektuje cele zarządzania

	– wskazuje odbiorcę działań marketingowych przedsiębiorstwa	przedsiębiorstwa z branży	miks przedsiębiorstwa wybranej branży z punktu widzenia klienta (4P)	przedsiębiorstwa na rynku – charakteryzuje grupy docelowe klientów wybranego produktu przedsiębiorstwa z branży	marketingowego przedsiębiorstwa ze swojej branży
3.2. Działania promocyjne	– wyjaśnia pojęcia: promocja, reklama – wyjaśnia cel działań promocyjnych – wskazuje sposoby reklamowania produktów	– rozróżnia podstawowe narzędzia promocji i e-promocji – charakteryzuje rodzaje reklam – wymienia pozareklamowe narzędzia promocji – charakteryzuje formy promocji sprzedaży – charakteryzuje eventy jako formę promocji firmy	– rozróżnia funkcje reklamy: informacyjną, perswazyjną, konkurencyjną – charakteryzuje pozareklamowe narzędzia promocji – wyjaśnia rolę internetu i mediów społecznościowych w działaniach promocyjnych firmy – wskazuje przykłady marketingu bezpośredniego	– przedstawia pozytywne i negatywne przykłady wpływu reklamy na klientów – uzasadnia rolę działań promocyjnych w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa ze swojej branży	– projektuje kreatywne działania promocyjne produktu wybranego przedsiębiorstwa ze swojej branży
3.3. Efekty finansowe przedsiębiorstwa	– wyjaśnia na przykładzie pojęcie: efekt finansowy – rozróżnia rodzaje wyniku finansowego	– wyjaśnia sposób obliczania wyniku finansowego – wskazuje elementy przychodów ze sprzedaży w przedsiębiorstwie – definiuje koszty uzyskania przychodów	– wymienia koszty rodzajowe – charakteryzuje koszty rodzajowe wybranego przedsiębiorstwa ze swojej branży – charakteryzuje przychody wybranego przedsiębiorstwa ze swojej branży	– oblicza wynik finansowy przedsiębiorstwa według podanych przychodów i kosztów ich uzyskania	– prognozuje efekty finansowe przedsiębiorstwa na podstawie zestawienia planowanych przychodów i kosztów

3.4. Formy opodatkowania indywidualnej działalności gospodarczej	– wymienia podatki obciążające przedsiębiorcę	– rozróżnia formy opodatkowania indywidualnej działalności gospodarczej – wymienia uproszczone formy opodatkowania – omawia opodatkowanie na zasadach ogólnych (PIT)	– charakteryzuje uproszczone formy opodatkowania: kartę podatkową i ryczałt od przychodów ewidencjonowanych – charakteryzuje formę opodatkowania PIT	– ocenia wady i zalety poszczególnych form opodatkowania indywidualnej działalności gospodarczej w zakresie podatku dochodowego – charakteryzuje opodatkowanie VAT	– projektuje wybór formy opodatkowania własnej indywidualnej działalności gospodarczej na tle systemu podatkowego w Polsce
3.5. Podstawowe zasady księgowości	– wymienia cele prowadzenia księgowości w przedsiębiorstwie – podaje przykłady podstawowych dokumentów księgowych przedsiębiorstwa	– wskazuje podstawę prawną obowiązku prowadzenia ewidencji księgowej w przedsiębiorstwie – podaje przykłady dokumentów księgowych – omawia funkcje dowodów księgowych – wymienia podstawowe zasady księgowości	– charakteryzuje zasady: rzetelności, bezbłędności, sprawdzalności, bieżącego prowadzenia księgowości	– wypełnia dowody księgowe i prowadzi ksiązkę przychodów i rozchodów lub ewidencję przychodów w komputerowym programie użytkowym	– prowadzi ewidencję zdarzeń gospodarczych w przedsiębiorstwie na potrzeby rozliczenia podatku dochodowego
IV. Etyka biznesu					
4.1. Negocjacje w biznesie	– podaje przykłady negocjacji: zwyczajnych, handlowych, prawnych	– rozróżnia rodzaje negocjacji: zwyczajne, handlowe, prawne – rozróżnia pięć strategii negocjacji – rozróżnia style negocjacji	– charakteryzuje zasady, etapy i reguły prac negocjacyjnych – charakteryzuje strategię „wygrana-wygrana”	– rozróżnia strategie radzenia sobie z konfliktami – przedstawia przykłady technik manipulacyjnych	– projektuje najlepszą alternatywę negocjowanego porozumienia – BATNA

				stosowanych podczas negocjacji – objaśnia skutki stosowania manipulacji w negocjacjach	
4.2. Zachowania etyczne i nieetyczne w biznesie	– wyjaśnia pojęcie: korupcja i skrót CBA – podaje przykładowe okoliczności stosowania korupcji	– rozróżnia zachowania etyczne i nieetyczne w biznesie w swojej branży – charakteryzuje korupcję – charakteryzuje kodeks etyczny wybranej firmy jako przykład odpowiedzialnego biznesu – ocenia zachowania etyczne i nieetyczne pracodawcy i pracowników	– definiuje etykę w działalności gospodarczej – wymienia akty prawne dotyczące działań nieetycznych – wymienia organizacje promujące etykę biznesu – projektuje kodeks etyczny zawodu	– charakteryzuje działania nieetyczne w biznesie – charakteryzuje formy przeciwdziałania zachowaniom nieetycznym	– charakteryzuje zasady Strategii Antykorupcyjnej OECD – dostrzega możliwości rozwoju przedsiębiorstwa i osiągnięcia sukcesu rynkowego przy pełnym poszanowaniu zasad etycznych w biznesie
4.3. Etyka na rynku finansowym	– wyjaśnia pojęcie: etyka – wskazuje miejsca przestępstw na rynku finansowym	– wyjaśnia pojęcie: pranie brudnych pieniędzy – objaśnia przestępstwa giełdowe – wskazuje podstawy prawne etyki na rynku finansowym	– charakteryzuje zasady postępowania domów maklerskich w stosunkach z klientami – wskazuje instytucje odpowiedzialne za etykę na rynku finansowym	– charakteryzuje zasady etyki zawodowej maklerów i doradców – objaśnia zakres tajemnicy zawodowej maklerów i informacji poufnych	– prezentuje zakres działalności instytucji (GIIF i KBF) i formy przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu
4.4. „Szara strefa” w Polsce	– wskazuje działalność gospodarczą jako	– charakteryzuje szarą strefę na rynku pracy	– wyjaśnia negatywne skutki rozwoju szarej strefy	– podaje przyczyny istnienia szarej strefy	– analizuje metody ograniczania szarej strefy przez państwo

	<p>jedyny obszar szarej strefy</p> <p>– podaje przykłady szarej strefy</p>	<p>– określa rozmiary szarej strefy w Polsce według GUS</p>	<p>– wyróżnia działalności nielegalne i działalności ukryte</p>	<p>– charakteryzuje działalność nielegalną, działalność ukrytą i działalność nieformalną</p>	
4.5. Kariera zawodowa przedsiębiorcy	<p>– wyjaśnia pojęcie: przedsiębiorca</p> <p>– wyszukuje informacje o sukcesach polskich przedsiębiorstw</p> <p>– wskazuje firmy rynku lokalnego, które odniosły sukces</p>	<p>– analizuje przebieg kariery zawodowej przedsiębiorcy – osoby, która w zgodzie z zasadami etycznymi odniosła sukces</p>	<p>– analizuje informacje o sukcesach regionalnych przedsiębiorstw na rynku regionalnym, krajowym i międzynarodowym</p>	<p>– charakteryzuje elementy planu kariery: misja, cele zawodowe, stanowiska pracy, horyzont czasowy oraz określa metody realizacji tych celów</p>	<p>– opracowuje plan własnej kariery zawodowej</p>
4.6. Społeczna odpowiedzialność biznesu na rynku lokalnym	<p>– wskazuje przykłady aktywności przedsiębiorstw lokalnych w dziedzinie ochrony środowiska</p>	<p>– wyjaśnia pojęcie: społecznie odpowiedzialny biznes</p> <p>– rozumie istotę i cele społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw</p>	<p>– wyszukuje informacje o działaniach lokalnych przedsiębiorstw w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu</p> <p>– wyróżnia obszary społecznej odpowiedzialności biznesu według normy ISO 26000</p>	<p>– wyszukuje informacje PR i publicity o działaniach innowacyjnych lokalnych przedsiębiorstw w dziedzinie społecznej odpowiedzialności biznesu</p>	<p>– objaśnia warunki wstępne standardu SA 8000</p>