|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Dział programowy | Tematy jednostek metodycznych | Wymagania programowe |
| Podstawowe**Uczeń potrafi:** | Stopień wymagań | Ponadpodstawowe**Uczeń potrafi:** | Stopień wymagań |
| 1. Operacje w obrocie zagranicznym
 | 1. Handel wewnętrzny w Unii Europejskiej
 | wyjaśnić pojęcie dostawy wewnątrzwspólnotowej  | K | określić swobody rynku Unii Europejskiej | R |
| wyjaśnić pojęcie nabycia wewnątrzwspólnotowego  | K | omówić politykę ochrony konsumenta | R |
| wyjaśnić istotę strefy wolnego handlu | P | wyjaśnić znaczenie polityki konkurencji | R |
| 1. 2. Handel zagraniczny
 | wyjaśnić pojęcie handlu zagranicznego | K | zinterpretować wskaźnik *terms of trade* | D |
| wyjaśnić pojęcie importu, eksportu, handlu tranzytowego | K | określić *terms of trade* na podstawie danych liczbowych | D |
| rozróżnić operacje w obrocie zagranicznym | P |
| wymienić podmioty gospodarcze uczestniczące w handlu zagranicznym | K |
| wyjaśnić wskaźnik *terms of trade* | P |
| 1. 3. Transakcje w handlu zagranicznym
 | wyjaśnić znaczenie transakcji w obrocie zagranicznym | P | scharakteryzować warunki przeprowadzania transakcji w handlu zagranicznym | R |
| określić przedmiot transakcji w handlu zagranicznym | P | rozróżnić rodzaje cen stosowanych w handlu zagranicznym | R |
| wymienić transakcje w handlu zagranicznym | K | zastosować tabelę kursową przy przeliczaniu walut | R |
| wyjaśnić pojęcie ceny, kontraktu, reklamacji | K | obliczyć dodatnie i ujemne różnice kursowe | R |
| wymienić podstawowe elementy kontraktu | K | rozróżnić etapy transakcji eksportowej i importowej | R |
| wyjaśnić pojęcia: waluta ceny, waluta płatności | P | zastosować międzynarodowe zasady przy umowach kupna- sprzedaży | D |
| wyjaśnić pojęcie kursu walut | P | sporządzić kalkulację kosztu jednostki towaru | R |
| wyjaśnić pojęcie różnic kursowych dodatnich i ujemnych | P | scharakteryzować rozliczenia dewizowe i bezdewizowe | R |
| wymienić czynności związane z przygotowaniem transakcji eksportowej | K |
| rozróżnić reguły warunków sprzedaży określone w INCOTERMS | P |
| rozróżnić zasady sporządzania kalkulacji eksportowej | P |
| wymienić czynności związane z przygotowaniem transakcji importowej | K |
| wymienić czynności realizacji transakcji importowej | K |
| rozróżnić formy rozliczeń w obrocie zagranicznym | P |
| 1. Polityka celna
 | wymienić pojęcie cła | K | wskazać różnice między poszczególnymi rodzajami ceł | R |
| wymienić rodzaje ceł  | K | wskazać preferencje celne | R |
| rozróżnić metody obliczania cła | P | wskazać mechanizm działania cła | R |
| wyjaśnić pojęcie stawki celnej, taryfy celnej | P | analizować efekt wprowadzenia cła | D |
| rozróżnić rodzaje taryf celnych | P | przeprowadzić ekonomiczną analizę cła | D |
| 1. II. Kalkulacja ceny sprzedaży
 | 1. 1. Cena sprzedaży produktów gotowych
 | wymienić pojęcie ceny | K | omówić metody kalkulacji | R |
| rozróżnić funkcje cen | K | sporządzić kalkulację podziałową prostą | R |
| wymienić czynniki wpływające na poziom cen sprzedaży | K | sporządzić kalkulację podziałową współczynnikową | R |
| wymienić rodzaje cen | K | obliczyć jednostkowy koszt wytworzenia z zastosowaniem różnych metod kalkulacji | R |
| wymienić pojęcie kalkulacji kosztów  | K | obliczyć zysk producenta z zastosowaniem rachunku „w stu” i „od sta” | R |
| rozróżnić rodzaje kalkulacji | P | obliczyć cenę sprzedaży netto produktu gotowego | R |
| wymienić metody kalkulacji | K | obliczyć podatek od towarów i usług wg różnych stawek podatkowych | R |
| rozróżnić zasady ustalania jednostkowego kosztu wytworzenia | P | obliczyć cenę sprzedaży brutto produktu gotowego | R |
| podać pojęcie zysku | K | ustalić wynik ze sprzedaży produktów gotowych | R |
| rozróżnić zasady ustania zysku | P |
| rozróżnić strukturę ceny sprzedaży produktu gotowego | P |
| wymienić zasady opodatkowania podatkiem od towarów i usług VAT | K |
| 1. 2. Ceny sprzedaży towarów
 | rozróżnić szczeble obrotu towarowego | K | obliczyć marżę z zastosowaniem kalkulacji „od sta” | R |
| rozróżnić ceny stosowane w obrocie towarowym | K | obliczyć marżę z zastosowaniem kalkulacji „w stu” | R |
| rozróżnić strukturę ceny sprzedaży towarów | P | obliczyć cenę sprzedaży netto towarów z uwzględnieniem marży handlowej | R |
| wyjaśnić pojęcie marży | K | obliczyć podatek od towarów i usług wg różnych stawek podatkowych | R |
| rozróżnić rodzaje marż w obrocie towarowym | K | obliczyć cenę sprzedaży towarów z uwzględnieniem podatku od towarów i usług | R |
| wymienić zasady ustalania marży | P |
| 1. Dokumentacja sprzedaży
 | 1. 1.Dokumentacja w obrocie zagranicznym
 | wymienić dokumenty podstawowe stosowane w obrocie towarowym z zagranicą | K | scharakteryzować dokumenty handlowe | R |
| wymienić rodzaje faktur stosowanych w handlu zagranicznym | K | scharakteryzować dokumenty przewozu w transporcie morskim, śródlądowym, lądowym i lotniczym | R |
| rozróżnić dokumenty składowe | P | wskazać różnice pomiędzy dokumentami przewozu w zależności od rodzaju transportu | D |
| wymienić dokumenty przewozowe  | K | scharakteryzować dokumenty ubezpieczeniowe | R |
| rozróżnić dokumenty ubezpieczeniowe | P |
| wymienić dokumenty pomocnicze stosowane w handlu zagranicznym, np. świadectwo pochodzenia towaru | K |
| 1. 2. Dokumentacja w obrocie krajowym
 | wymienić dokumenty dotyczące nawiązania transakcji | K | sporządzić dokumenty związane z procesem sprzedaży, np. ofertę, fakturę, dokumenty potwierdzające i korygujące sprzedaż | R |
| wymienić dokumenty związane z zamówieniem towaru, produktu | K |
| wymienić dokumenty związane z dostawą towaru, produktu | K |
| 1. IV. Narzędzia aktywizacji sprzedaży
 | 1. 1. Narzędzia marketingu
 | podać pojęcie marketingu | K | opracować strukturę organizacji marketingu z uwzględnieniem działania podmiotu gospodarczego | D |
| wymienić podstawowe narzędzia marketingu | K | opracować projekt wprowadzenia nowego produktu na rynek | D |
| klasyfikować produkty według kryteriów marketingowych | P | określić etapy cyklu życia produktu | R |
| określić związek między narzędziami marketingu | P | określić strategie cenowe | R |
| określić miejsce i funkcje cen w strukturze marketingu | P | przeprowadzić negocjacje cenowedobrać kanały dystrybucji do działalności jednostki | D |
| wymienić pojęcie negocjacji | K |
| rozróżnić style i techniki negocjacji | P |
| wymienić pojęcie dystrybucji | K |
| rozróżnić funkcje dystrybucji | P |
| określić znaczenie marketingu w działalności podmiotu gospodarczego | P |
| 1. 2. Promocja sprzedaży
 | wymienić pojęcie promocji | K | scharakteryzować instrumenty promocji | R |
| wymienić instrumenty promocji | K | wskazać różnice pomiędzy strategiami promocji | D |
| rozróżnić funkcje i strategie promocji | P | scharakteryzować etapy programu promocji | R |
| wymienić etapy programu promocji | K | dobrać narzędzia promocji | R |
| określić znaczenie promocji w działalności marketingowej | P | zaplanować kampanię promocyjną dla określonych produktów | D |
| wymienić formy promocji sprzedaży | K | posłużyć się środkami technicznymi stosowanymi w działalnościmarketingowej | D |
| ocenić skuteczność zastosowanych środków reklamy | D |
| przeprowadzić analizę SWOT działań marketingowych | D |
| określić wpływ działań marketingowych na wynik finansowy przedsiębiorstwa | R |