



**Fundusze
Europejskie**
Wiedza Edukacja Rozwój



**Rzeczpospolita
Polska**

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



PROGRAM NAUCZANIA KURSU UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWYCH

HAN.02.4. Zarządzanie działaniami handlowymi

w zakresie kwalifikacji

HAN.02. Prowadzenie działań handlowych

wyodrębnionej w zawodzie

technik handlowiec 522305

Branża handlowa (HAN)

Warszawa 2021

Autor: mgr Anna Wawruch-Lis

Recenzenci:

Recenzent 1: nauczyciel konsultant w zakresie kształcenia zawodowego mgr Anna Piszczek

Recenzent 2: przedstawiciel pracodawców właściwy dla danego zawodu mgr Edyta Kozieł

Ekspert: mgr Joanna Zagalska

Poziom PRK dla kwalifikacji pełnej: IV Polskiej Ramy Kwalifikacji

Poziom PRK dla kwalifikacji cząstkowych: HAN.02. Prowadzenie działań handlowych, poziom 4 Polskiej Ramy Kwalifikacji

Program opracowany we współpracy podmiotów z otoczenia społeczno-gospodarczego wskazanego we wniosku o powierzenie grantu na opracowanie modelowego kwalifikacyjnego kursu zawodowego (KKZ): Eurokreator s.c. Rafał Kunaszyk, Anna Kunaszyk.

Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój

Oś priorytetowa II

Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji

Działanie 2.14. Rozwój narzędzi dla uczenia się przez całe życie

Konkurs nr POWR.02.14.00-IP.02-00-003/19

Opracowanie modelowych programów kwalifikacyjnych kursów zawodowych (kkz)

Spis treści

PROGRAM NAUCZANIA KURSU UMIEJĘTNOŚCI ZAWODOWYCH HAN.02.4. Zarządzanie działaniami handlowymi

1. Przyporządkowanie efektów kształcenia wraz z kryteriami weryfikacji do poszczególnych zajęć – tabela 1	5
2. Grupowanie efektów kształcenia w zajęcia i nadawanie nazw tym zajęciom – tabela 2	7
3. Określenie liczby godzin poszczególnych zajęć z podziałem na zajęcia teoretyczne i praktyczne– tabela 3	9
4. Plan zajęć kursu umiejętności zawodowych – tabela 4.....	10
5. Wstęp do programu	11
6. Cele kształcenia KUZ	13
7. Programy poszczególnych zajęć	13
7.1. Program nauczania dla zajęć: Korespondencja handlowa.....	13
7.1.1. Cele ogólne.....	13
7.1.2. Cele operacyjne.....	14
7.1.3. Materiał nauczania - opis efektów kształcenia	14
7.1.4. Procedury osiągnięcia celów kształcenia	15
7.1.5. Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych słuchacza/uczestnika	15
7.2. Program nauczania dla zajęć: Prowadzenie działań handlowych.....	16
7.2.1. Cele ogólne.....	16
7.2.2. Cele operacyjne.....	16
7.2.3. Materiał nauczania - opis efektów kształcenia	18
7.2.4. Procedury osiągnięcia celów kształcenia	19
7.2.5. Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych słuchacza/uczestnika	20
8. Ewaluacja programu KUZ.....	20
9. Wykaz literatury oraz niezbędnych środków i materiałów dydaktycznych	21
9.1. Wykaz literatury	21
9.2. Wykaz niezbędnych środków i materiałów dydaktycznych	21
10. Sposób i forma zaliczenia kursu	22
11. Sprawdzenie kompletności i poprawności opracowanego programu zajęć	23
11.1. Tabela weryfikacji programu nauczania KUZ pod kątem zgodności z przepisami prawa oświatowego.....	23
11.2. Tabela weryfikacji programu KUZ pod kątem kompletności efektów kształcenia	23

1. Przyporządkowanie efektów kształcenia wraz z kryteriami weryfikacji do poszczególnych zajęć – tabela 1

Tabela 1 Przyporządkowanie efektów kształcenia wraz z kryteriami weryfikacji do poszczególnych zajęć

Efekty kształcenia z danej jednostki efektów Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy (ek), efekt ważny (ew), efekt pomocniczy (ep)	Łączna liczba godzin przeznaczonych na efekt kształcenia (w ramach różnych zajęć)	Kryteria weryfikacji poszczególnych efektów	Korespondencja handlowa	Prowadzenie działań handlowych
HAN.02.4. przygotowuje oferty handlowe i zapytania ofertowe (ek)	10	sporządza zapytanie ofertowe zgodnie z zasadami korespondencji handlowej	X	
		wskazuje błędy w zapytaniu ofertowym i ofercie handlowej	X	
		wymienia cechy oferty handlowej atrakcyjnej dla odbiorców	X	
		sporządza ofertę handlową skierowaną do odbiorców indywidualnych i instytucjonalnych	X	
HAN.02.4. przygotowuje standardowe formy korespondencji służbowej (ew)	10	identyfikuje elementy treści pisma handlowego	X	
		sporządza dokumenty handlowe w formie papierowej i elektronicznej, np. zapytanie ofertowe, ofertę, reklamację	X	
		sporządza korespondencję z kontrahentami i pracownikami w formie elektronicznej	X	
		odpowiada na zapytanie dotyczące realizacji usług i reklamacji	x	
HAN.02.4. stosuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży towarów (ew)	10	opisuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży		X
		dobiera formy sprzedaży do rodzaju działalności handlowej		X
		dobiera formy sprzedaży do rodzaju oferowanych towarów i usług		X
HAN.02.4. przygotowuje spotkanie sprzedażowe (ew)	5	identyfikuje osoby decyzyjne w firmie klienta		X
		zbiera i analizuje informacje o kliencie pod względem jego potencjału zakupowego		X
		uzasadnia konieczność sporządzenia planu organizacji spotkań, w tym kosztów logistycznych i optymalizacji czasu pracy		X
HAN.02.4. inicjuje kontakt z klientem (ew)	5	nawiązuje relacje z klientem, wykorzystując techniki komunikacji		X
		tworzy komunikat skierowany do klienta z zachowaniem zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej na podstawie scenariusza		X
HAN.02.4. składa propozycję zakupu (ew)	5	dobiera sposób prezentacji propozycji zakupu z uwzględnieniem priorytetów organizacji		X
		formułuje zakres zamówienia w oparciu o zdiagnozowaną sytuację klienta		X



Efekty kształcenia z danej jednostki efektów Stopniowane efektów kształcenia efekt kluczowy (ek), efekt ważny (ew), efekt pomocniczy (ep)	Łączna liczba godzin przeznaczonych na efekt kształcenia (w ramach różnych zajęć)	Kryteria weryfikacji poszczególnych efektów	Korespondencja handlowa	Prowadzenie działań handlowych
HAN.02.4. ustala warunki oferty w ramach podanych warunków brzegowych (ew)	10	wymienia zasady prezentacji ceny oferty		X
		wyjaśnia znaczenie komunikowania korzyści płynących z poszczególnych cech oferty		X
		dobiera przykładowe pytania służące zdiagnozowaniu opinii klienta na temat oferty według przygotowanych wzorów		X
		podaje przykłady wątpliwości klienta i odpowiada na nie		X
		podaje przykłady sytuacji, w których uzasadnione jest poszerzenie lub zmiana oferty		X
HAN.02.4. prowadzi negocjacje handlowe (ew)	10	dobiera argumenty do założonego celu negocjacji handlowych		X
		dobiera strategie negocjacyjne do typu klienta		X
		sporządza plan negocjacji handlowej		X
		opracowuje scenariusz negocjacji handlowych		X
		negocjuje warunki współpracy		X
HAN.02.4. zawiera umowy sprzedaży (ew)	5	wymienia elementy umowy sprzedaży		X
		modyfikuje zapisy w umowie sprzedaży towarów pod względem ich poprawności		X
		wypełnia formularz umowy sprzedaży		X
HAN.02.4. sporządza kalkulację cen sprzedaży (ek)	10	opisuje strategie ustalania ceny sprzedaży, np: Charm pricing (urok cen), Skimming pricing (zbieranie śmietanki), Benchmarking, (zakotwiczenie)		X
		oblicza marżę sprzedaży towaru lub usługi		X
		oblicza cenę sprzedaży towarów lub usług		X
		oblicza cenę jednostkową towaru lub usługi		X
HAN.02.4 zamawia towary i usługi u dostawców (ew)	10	opracowuje kryteria wyboru dostawców		X
		dokонуje wyboru oferty handlowej na dostawę towarów zgodnie z zasadą racjonalnego gospodarowania zasobami finansowymi		X
		sporządza zamówienie na towary i usługi		X
		opracowuje strukturę bazy danych o dostawcach		x

2. Grupowanie efektów kształcenia w zajęcia i nadawanie nazw tym zajęciom – tabela 2

Tabela 2 Grupowanie efektów kształcenia w zajęciach i nadawanie nazw tym zajęciom

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia wraz z kodowaniem (ek; ew; ep)	Liczba godzin	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w zajęciach Nazwa zajęć	Okres realizacji
HAN.02.4.Zarządzanie działaniami handlowymi	HAN.02.4. przygotowuje oferty handlowe i zapytania ofertowe (ek)	10	<ul style="list-style-type: none"> – sporządza zapytanie ofertowe zgodnie z zasadami korespondencji handlowej – wskazuje błędy w zapytaniu ofertowymi ofertą handlową – wymienia cechy oferty handlowej atrakcyjnej dla odbiorców – sporządza ofertę handlową skierowaną do odbiorców indywidualnych i instytucjonalnych 	Korespondencja handlowa	Miesiąc 1
	HAN.02.4. przygotowuje standardowe formy korespondencji służbowej (ew)	10	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje elementy treści pisma handlowego – sporządza dokumenty handlowe w formie papierowej i elektronicznej, np. zapytanie ofertowe, ofertę, reklamację – sporządza korespondencję z kontrahentami i pracownikami w formie elektronicznej – odpowiada na zapytanie dotyczące realizacji usług i reklamacji 		
	HAN.02.4. stosuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży towarów (ew)	10	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży – dobiera formy sprzedaży do rodzaju działalności handlowej – dobiera formy sprzedaży do rodzaju oferowanych towarów i usług 	Prowadzenie działań handlowych	Miesiące 1-2
	HAN.02.4. przygotowuje spotkanie sprzedażowe (ew)	5	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje osoby decyzyjne w firmie klienta – zbiera i analizuje informacje o kliencie pod względem jego potencjału zakupowego – uzasadnia konieczność sporządzenia planu organizacji spotkań, w tym kosztów logistycznych i optymalizacji czasu pracy 		
	HAN.02.4. inicjuje kontakt z klientem (ew)	5	<ul style="list-style-type: none"> – nawiązuje relacje z klientem, wykorzystując techniki komunikacji – tworzy komunikat skierowany do klienta z zachowaniem zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej na podstawie scenariusza 		
	HAN.02.4. składa propozycję zakupu (ew)	5	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera sposób prezentacji propozycji zakupu z uwzględnieniem priorytetów organizacji 		

Nazwa jednostki efektów kształcenia	Efekt kształcenia wraz z kodowaniem (ek; ew; ep)	Liczba godzin	Kryteria weryfikacji	Grupowanie efektów kształcenia w zajęciach Nazwa zajęć	Okres realizacji
			<ul style="list-style-type: none"> formułuje zakres zamówienia w oparciu o zdiagnozowaną sytuację klienta 		
	HAN.02.4. ustala warunki oferty w ramach podanych warunków brzegowych (ew)	10	<ul style="list-style-type: none"> wymienia zasady prezentacji ceny oferty wyjaśnia znaczenie komunikowania korzyści płynących z poszczególnych cech oferty dobiera przykładowe pytania służące zdiagnozowaniu opinii klienta na temat oferty według przygotowanych wzorów podaje przykłady wątpliwości klienta i odpowiada na nie podaje przykłady sytuacji, w których uzasadnione jest poszerzenie lub zmiana oferty 		
	HAN.02.4. prowadzi negocjacje handlowe (ew)	10	<ul style="list-style-type: none"> dobiera argumenty do założonego celu negocjacji handlowych dobiera strategie negocjacyjne do typu klienta sporządza plan negocjacji handlowej opracowuje scenariusz negocjacji handlowych negocjuje warunki współpracy 		
	HAN.02.4. zawiera umowy sprzedaży (ew)	5	<ul style="list-style-type: none"> wymienia elementy umowy sprzedaży modyfikuje zapisy w umowie sprzedaży towarów pod względem ich poprawności wypełnia formularz umowy sprzedaży 		
	HAN.02.4. sporządza kalkulację cen sprzedaży (ek)	10	<ul style="list-style-type: none"> opisuje strategie ustalania ceny sprzedaży, np: Charm pricing (urok cen), Skimming pricing (zbieranie śmietanki), Benchmarking, (zakotwiczenie) oblicza marżę sprzedaży towaru lub usługi oblicza cenę sprzedaży towarów lub usług 		
	HAN.02.4. zamawia towary i usługi u dostawców (ew)	10	<ul style="list-style-type: none"> opracowuje kryteria wyboru dostawców dokonuje wyboru oferty handlowej na dostawę towarów zgodnie z zasadą racjonalnego gospodarowania zasobami finansowymi sporządza zamówienie na towary i usługi opracowuje strukturę bazy danych o dostawcach 		

3. Określenie liczby godzin poszczególnych zajęć z podziałem na zajęcia teoretyczne i praktyczne – tabela 3

Tabela 3 Określenie liczby godzin poszczególnych zajęć z podziałem na zajęcia teoretyczne i praktyczne

Nazwa zajęć	Liczba godzin		Efekty kształcenia wraz z kodami – ek, ew, ep oraz kryteria weryfikacji realizowane w ramach zajęć	
	Zajęcia teoretyczne	Zajęcia praktyczne		
Korespondencja handlowa	20		HAN.02.4. przygotowuje oferty handlowe i zapytania ofertowe (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – sporządza zapytanie ofertowe zgodnie z zasadami korespondencji handlowej – wskazuje błędy w zapytaniu ofertowym i ofercie handlowej – wymienia cechy oferty handlowej atrakcyjnej dla odbiorców – sporządza ofertę handlową skierowaną do odbiorców indywidualnych i instytucjonalnych
			HAN.02.4. przygotowuje standardowe formy korespondencji służbowej (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje elementy treści pisma handlowego – sporządza dokumenty handlowe w formie papierowej i elektronicznej, np. zapytanie ofertowe, ofertę, reklamację – sporządza korespondencję z kontrahentami i pracownikami w formie elektronicznej – odpowiada na zapytanie dotyczące realizacji usług i reklamacji
Prowadzenie działań handlowych		70	HAN.02.4. stosuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży towarów (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży – dobiera formy sprzedaży do rodzaju działalności handlowej – dobiera formy sprzedaży do rodzaju oferowanych towarów i usług
			HAN.02.4. przygotowuje spotkanie sprzedażowe (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje osoby decyzyjne w firmie klienta – zbiera i analizuje informacje o kliencie pod względem jego potencjału zakupowego – uzasadnia konieczność sporządzenia planu organizacji spotkań, w tym kosztów logistycznych i optymalizacji czasu pracy
			HAN.02.4. inicjuje kontakt z klientem (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – nawiązuje relacje z klientem, wykorzystując techniki komunikacji – tworzy komunikat skierowany do klienta z zachowaniem zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej na podstawie scenariusza
			HAN.02.4. składa propozycję zakupu (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera sposób prezentacji propozycji zakupu z uwzględnieniem priorytetów organizacji – formułuje zakres zamówienia w oparciu o zdiagnozowaną sytuację klienta
			HAN.02.4. ustala warunki oferty w ramach podanych warunków brzegowych (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia zasady prezentacji ceny oferty – wyjaśnia znaczenie komunikowania korzyści płynących z poszczególnych cech oferty – dobiera przykładowe pytania służące zdiagnozowaniu opinii klienta na temat oferty według przygotowanych wzorów



Nazwa zajęć	Liczba godzin		Efekty kształcenia wraz z kodami – ek, ew, ep oraz kryteria weryfikacji realizowane w ramach zajęć	
	Zajęcia teoretyczne	Zajęcia praktyczne	Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji
				<ul style="list-style-type: none"> – podaje przykłady wątpliwości klienta i odpowiada na nie – podaje przykłady sytuacji, w których uzasadnione jest poszerzenie lub zmiana oferty
			HAN.02.4. prowadzi negocjacje handlowe (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera argumenty do założonego celu negocjacji handlowych – dobiera strategię negocjacyjną do typu klienta – sporządza plan negocjacji handlowej – opracowuje scenariusz negocjacji handlowych – negocjuje warunki współpracy
			HAN.02.4. zawiera umowy sprzedaży (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia elementy umowy sprzedaży – modyfikuje zapisy w umowie sprzedaży towarów pod względem ich poprawności – wypełnia formularz umowy sprzedaży
			HAN.02.4. sporządza kalkulację cen sprzedaży (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje strategię ustalania ceny sprzedaży, np: Charm pricing (urok cen), Skimming pricing (zbieranie śmietanki), Benchmarking, (zakotwiczenie) – oblicza marżę sprzedaży towaru lub usługi – oblicza cenę sprzedaży towarów lub usług – oblicza cenę jednostkową towaru lub usługi
			HAN.02.4. zamawia towary i usługi u dostawców (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – opracowuje kryteria wyboru dostawców – dokonuje wyboru oferty handlowej na dostawę towarów zgodnie z zasadą racjonalnego gospodarowania zasobami finansowymi – sporządza zamówienie na towary i usługi – opracowuje strukturę bazy danych o dostawcach

4. Plan zajęć kursu umiejętności zawodowych – tabela 4

Tabela 4 Plan zajęć kursu umiejętności zawodowych

Nazwa zajęć	Liczba godzin	Uwagi o realizacji
Korespondencja handlowa	20	Kształcenie teoretyczne
Prowadzenie działań handlowych	70	Kształcenie praktyczne
Łączna liczba godzin zajęć	90	

Liczba godzin przypisana poszczególnym zajęciom, uwzględnia minimalną liczbę godzin przewidzianą w podstawie programowej na realizację efektów kształcenia ujętych w jednostkach efektów (przy założeniu, że kształcenie odbywa się w systemie dziennym lub stacjonarnym).

W przypadku kształcenia w systemie zaocznym liczbę godzin można obniżyć zgodnie z aktualnymi przepisami oświatowymi.

O kolejności realizacji zajęć decyduje organizator kursu, wskazane jest realizowanie w pierwszej kolejności przedmiotów teoretycznych, następnie praktycznych.

Kurs umiejętności zawodowych (KUZ) może rozpocząć się w dowolnym momencie danego semestru.

Kształcenie nie jest powiązane z sezonowością prowadzenia prac.

Nazwa formy kształcenia

Kurs umiejętności zawodowych HAN.02.4 Zarządzanie działaniami handlowymi

Czas trwania, liczba godzin kształcenia i sposób

Tabela 5 Typ programu nauczania: przedmiotowy, spiralny

	Sposób organizacji	
	Forma stacjonarna	Forma zaoczna
Liczba godzin kształcenia:	90 godzin	60 godzin
Czas trwania kursu:	2 miesiące	1 miesiąc

5. Wstęp do programu

Kurs umiejętności zawodowych (KUZ) jest jedną z form kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych. Szczegółowe warunki organizacji kursów umiejętności zawodowych i akredytacji ośrodków określa ustawa¹. Rodzaje placówek, centrów kształcenia i szkół uprawnionych do prowadzenia kursów umiejętności zawodowych, a także warunki, organizację, tryb prowadzenia kształcenia w poszczególnych formach pozaszkolnych, wymogi programu nauczania, sposoby potwierdzania uzyskanych efektów kształcenia, wzory dokumentów wydawanych po ukończeniu kształcenia prowadzonego w formach pozaszkolnych określa rozporządzenie MEN².

¹ Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. Prawo oświatowe ((Dz. U. z 2019 r. poz. 1148, 1078, 1287, 1680, 1681, 1818, 2197 i 2248);

² Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 19 marca 2019 r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych (Dz. U. z 2019 r. poz. 652);

W klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego³ przewidziano możliwość prowadzenia kursów umiejętności zawodowych w zakresie kwalifikacji HAN.02. Prowadzenie działań handlowych, wyodrębnionej w zawodzie technik handlowiec. Zestaw oczekiwanych efektów kształcenia dla kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie jest podzielony na części efektów kształcenia określone w podstawie programowej kształcenia w zawodzie jako jednostki efektów kształcenia, z których każda może być realizowana na Kursach Umiejętności Zawodowych.

Minimalna liczba godzin kształcenia na kursie umiejętności zawodowych w przypadku kształcenia w zakresie jednej z części efektów kształcenia wyodrębnionych w ramach danej kwalifikacji, jest równa minimalnej liczbie godzin kształcenia przewidzianej dla danej części efektów kształcenia, określonej w podstawie programowej kształcenia w zawodzie szkolnictwa branżowego.

Kurs umiejętności zawodowych jest krótką formą kształcenia zawodowego z zakresu wybranych zagadnień podstawy programowej kształcenia w zawodach, w zakresie:

- jednej części efektów kształcenia wyodrębnionych w ramach danej kwalifikacji, lub:
- efektów kształcenia wspólnych dla wszystkich zawodów oraz wspólnych dla zawodów w ramach obszaru kształcenia stanowiących podbudowę do kształcenia w zawodzie lub grupie zawodów, lub:
- efektów kształcenia wspólnych dla wszystkich zawodów w zakresie organizacji pracy małych zespołów.

Słuchaczem kursu umiejętności zawodowych może być osoba pełnoletnia niezależnie od posiadanego wykształcenia.

Kurs umiejętności zawodowych HAN.02.4 Zarządzanie działaniami handlowymi, pozwoli osobom zainteresowanym wycinkowym, wąsko ukierunkowanym nabywaniem wiedzy i umiejętności nauki i potwierdzenia efektów stosunkowo szybko. W treści programu jest wskazany główny cel kursu (zadanie zawodowe, do wykonywania którego powinien być przygotowany absolwent kursu), a także wyszczególniono cele ogólne i cele szczegółowe kształcenia. Kurs umiejętności zawodowych Zarządzanie działaniami handlowymi trwa 90 godzin.

Zazwyczaj na tak krótką formę kształcenia decydują się osoby wykonujące prace w wąskim zakresie lub osoby stopniowo uzyskujące i potwierdzające kwalifikacje w kolejnej, bardziej obszernej formie kształcenia. Jest to rozwiązanie wychodzące naprzeciw potrzebom osób dorosłych, podejmujących dalsze kształcenie lub doskonalenie w trakcie pracy zawodowej.

Potwierdzając kolejne formy kształcenia KUZ, można wyznaczyć ścieżkę kształcenia prowadzącą do zdobycia certyfikatu kwalifikacji zawodowej (po zdaniu egzaminu z kwalifikacji), a w przypadku potwierdzenia wykształcenia ogólnego i zdobycia wszystkich certyfikatów dla danego zawodu – wystąpić o dyplom zawodowy. Instytucjami potwierdzającymi kwalifikacje są między innymi Okręgowe Komisje Egzaminacyjne. Taka ścieżka kształcenia poprzez różne formy, może prowadzić do zawodu technika handlowca. Jednostka efektów kształcenia HAN.02.4 Zarządzanie działaniami handlowymi nie ma powiązania z innymi zawodami.

Osobie podejmującej kolejny etap kształcenia przysługują zwolnienia z zakresu, który został już zrealizowany na poprzednim etapie kształcenia. W ten sposób - osoba posiadająca zaświadczenie o ukończeniu kursu umiejętności zawodowych, która podejmuje kształcenie na kwalifikacyjnym kursie zawodowym (KKZ), może być zwolniona

³ Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 15 lutego 2019 r. w sprawie ogólnych celów i zadań kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego oraz klasyfikacji zawodów szkolnictwa branżowego (Dz. U. z 2019 r. poz. 316);

na swój wniosek złożony w szkole/placówce prowadzącej kurs, z zajęć realizujących efekty kształcenia, które były już zrealizowane w ramach ukończonego kursu umiejętności zawodowych.

Program nauczania realizowany na kursie umiejętności zawodowych określa ogólne cele i zadania kształcenia zawodowego, a także cele kształcenia, efekty kształcenia i kryteria weryfikacji tych efektów, warunki realizacji kształcenia w zawodzie, w którym została wyodrębniona dana kwalifikacja, minimalną liczbę godzin kształcenia w zawodzie w ramach danej kwalifikacji. Wszystkie elementy programu nauczania są elementami podstawy programowej kształcenia w zawodzie szkolnictwa branżowego, właściwymi dla danej kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie.

Część efektów kształcenia może być realizowana w formie kształcenia zdalnego. Efekty możliwe do realizacji w formie zdalnej zależą od wielu czynników. Przede na podstawie analizy podstawy programowej kształcenia zawodowego zakres ten określa nauczyciel i ogłasza słuchaczom na pierwszych zajęciach. Zależnie od możliwości słuchaczy i szkoły podejmowana jest ostateczna decyzja o podjęciu takiego sposobu kształcenia. Efekty kształcenia wskazane do realizacji w kształceniu teoretycznym mogą być (po spełnieniu wymagań określonych w aktualnych przepisach oświatowych) realizowane w formie kształcenia na odległość, przy czym zaliczenie tych zajęć nie może odbywać się w formie zdalnej.

Ważnym celem kształcenia jest przygotowanie uczących się do wykonywania pracy zawodowej i aktywnego funkcjonowania na rynku pracy, nabycia poszukiwanych umiejętności zawodowych lub kwalifikacji rynkowych funkcjonujących w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji. Konieczność dopasowania systemu kształcenia zawodowego do potrzeb gospodarki nakazuje bacznie śledzić badania prowadzone przez instytucje rynku pracy i coroczne obwieszczenia Ministra Edukacji Narodowej o zawodach potrzebnych na rynku pracy. Prognozy zapotrzebowania na pracowników w zawodach szkolnictwa branżowego oraz wykaz potrzebnych zawodów, podawane są w drodze obwieszczenia do 1 lutego każdego roku w Dzienniku Urzędowym Rzeczypospolitej Polskiej „Monitor Polski” dla każdego województwa.

6. Cele kształcenia KUZ

Absolwent kursu umiejętności zawodowych HAN.02.4. Zarządzanie działaniami handlowymi powinien być przygotowany do wykonywania następującego zadania zawodowego:

- organizowania i prowadzenia działań handlowych

7. Programy poszczególnych zajęć

7.1. Program nauczania dla zajęć: Korespondencja handlowa

7.1.1. Cele ogólne

Cele ogólne :

- przygotowuje oferty handlowe i zapytania ofertowe
- przygotowuje standardowe formy korespondencji służbowej

- przestrzega zasad kultury i etyki podczas realizacji zadań zawodowych

7.1.2. Cele operacyjne

Słuchacz:

- sporządza zapytanie ofertowe zgodnie z zasadami korespondencji handlowej
- wskazuje błędy w zapytaniu ofertowym ofercie handlowej
- wymienia cechy oferty handlowej atrakcyjnej dla odbiorców
- sporządza ofertę handlową skierowaną do odbiorców indywidualnych i instytucjonalnych
- identyfikuje elementy treści pisma handlowego
- sporządza dokumenty handlowe w formie papierowej i elektronicznej, np. zapytanie ofertowe, ofertę, reklamację
- sporządza korespondencję z kontrahentami i pracownikami w formie elektronicznej
- odpowiada na zapytanie dotyczące realizacji usług i reklamacji

7.1.3. Materiał nauczania - opis efektów kształcenia

Tabela 6 Materiał nauczania - opis efektów kształcenia

Tematy zajęć	Liczba godz.	Opis efektów kształcenia (uwzględniający kryteria weryfikacji)
1) Zapytanie ofertowe 2) Oferta handlowa 3) Dokumentacja dotycząca transakcji handlowych	20	<ul style="list-style-type: none"> – sporządza zapytanie ofertowe zgodnie z zasadami korespondencji handlowej – wskazuje błędy w zapytaniu ofertowym ofercie handlowej – wymienia cechy oferty handlowej atrakcyjnej dla odbiorców – sporządza ofertę handlową skierowaną do odbiorców indywidualnych i instytucjonalnych – identyfikuje elementy treści pisma handlowego – sporządza dokumenty handlowe w formie papierowej i elektronicznej, np. zapytanie ofertowe, ofertę, reklamację – sporządza korespondencję z kontrahentami i pracownikami w formie elektronicznej – odpowiada na zapytanie dotyczące realizacji usług i reklamacji

7.1.4. Procedury osiągnięcia celów kształcenia

Propozycje metod nauczania,

Wykłady informacyjny, metoda tekstu przewodniego, analiza źródeł, ćwiczenia przedmiotowe, metoda projektów

Obudowa dydaktyczna,

- pakiet programów biurowych, programy do tworzenia prezentacji i grafiki, pakiety oprogramowania do wspomagania operacji finansowo-księgowych, kadrowo-płacowych, obsługi sprzedaży i gospodarki magazynowej, prowadzenia księgi przychodów i rozchodów, obliczania podatków, sporządzania sprawozdań statystycznych, obsługi zobowiązań wobec Zakładu Ubezpieczeń Społecznych (ZUS) oraz innymi programami aktualnie stosowanymi w działalności handlowej;
- druki formularzy stosowanych w prowadzeniu działalności handlowej, w tym dotyczących zatrudnienia i płac, formularze dokumentów księgowych oraz sprawozdań statystycznych, formularze jednostkowego sprawozdania finansowego, zestaw przepisów prawa dotyczących rachunkowości i prowadzenia działalności handlowej, dostępny w formie drukowanej lub elektronicznej, wzorcowy plan kont, podręczniki, literatura zawodowa, słowniki, encyklopedie ekonomiczne, prawne oraz dotyczące rachunkowości handlowej,
- prezentacje i filmy dydaktyczne.

Warunki realizacji

Pracownia wyposażona w:

- stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, z drukarką, skanerem lub urządzeniem wielofunkcyjnym oraz z projekтором multimedialnym lub tablicą interaktywną lub monitorem interaktywnym,
- stanowiska komputerowe dla słuchacza (jedno stanowisko dla jednego słuchacza), wszystkie komputery podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu i z podłączeniem do drukarki sieciowej.

Zajęcia powinny być prowadzone w formie pracy indywidualnej i grupowej.

Ze względu na indywidualizację pracy wskazane jest dostosowanie warunków, środków, metod i form kształcenia do potrzeb i możliwości słuchacza KUZ.

Efekty kształcenia w kształceniu teoretycznym mogą być (po spełnieniu wymagań określonych w aktualnych przepisach oświatowych) realizowane w formie kształcenia na odległość.

7.1.5. Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych słuchacza/uczestnika

Sprawdzanie i ocenianie osiągnięć słuchaczy należy prowadzić zgodnie z ustalonymi kryteriami z wykorzystaniem testów, ćwiczeń, sprawdzianów, opracowanych dokumentów, udzielonych odpowiedzi na zadane pytania. Zaliczenie zajęć realizowanych w formie na odległość nie może odbywać się w formie zdalnej.

7.2. Program nauczania dla zajęć: Prowadzenie działań handlowych

7.2.1. Cele ogólne

Cele ogólne:

- stosuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży towarów
- przygotowuje spotkanie sprzedażowe
- inicjuje kontakt z klientem
- składa propozycję zakupu
- ustala warunki oferty w ramach podanych warunków brzegowych
- prowadzi negocjacje handlowe
- zawiera umowy sprzedaży
- sporządza kalkulację cen sprzedaży
- zamawia towary i usługi u dostawców
- wykazuje się kreatywnością i otwartością na zmiany
- przestrzega tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy

7.2.2. Cele operacyjne

Słuchacz:

- dobiera formy sprzedaży do rodzaju działalności handlowej
- dobiera formy sprzedaży do rodzaju oferowanych towarów i usług
- identyfikuje osoby decyzyjne w firmie klienta
- zbiera i analizuje informacje o kliencie pod względem jego potencjału zakupowego
- uzasadnia konieczność sporządzenia planu organizacji spotkań, w tym kosztów logistycznych i optymalizacji czasu pracy
- nawiązuje relacje z klientem, wykorzystując techniki komunikacji

- tworzy komunikat skierowany do klienta z zachowaniem zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej na podstawie scenariusza
- dobiera sposób prezentacji propozycji zakupu z uwzględnieniem priorytetów organizacji
- formułuje zakres zamówienia w oparciu o zdiagnozowaną sytuację klienta
- wymienia zasady prezentacji ceny oferty
- wyjaśnia znaczenie komunikowania korzyści płynących z poszczególnych cech oferty
- dobiera przykładowe pytania służące zdiagnozowaniu opinii klienta na temat oferty według przygotowanych wzorów
- podaje przykłady wątpliwości klienta i odpowiada na nie
- podaje przykłady sytuacji, w których uzasadnione jest poszerzenie lub zmiana oferty
- dobiera argumenty do założonego celu negocjacji handlowych
- dobiera strategię negocjacyjną do typu klienta
- sporządza plan negocjacji handlowej
- opracowuje scenariusz negocjacji handlowych
- negocjuje warunki współpracy
- wymienia elementy umowy sprzedaży
- modyfikuje zapisy w umowie sprzedaży towarów pod względem ich poprawności
- wypełnia formularz umowy sprzedaży
- opisuje strategię ustalania ceny sprzedaży, np: Charm pricing (urok cen), Skimming pricing (zbieranie śmietanki), Benchmarking, (zakotwiczenie)
- oblicza marżę sprzedaży towaru lub usługi
- oblicza cenę sprzedaży towarów lub usług
- oblicza cenę jednostkową towaru lub usługi
- opracowuje kryteria wyboru dostawców
- dokonuje wyboru oferty handlowej na dostawę towarów zgodnie z zasadą racjonalnego gospodarowania zasobami finansowymi
- sporządza zamówienie na towary i usługi

- opracowuje strukturę bazy danych o dostawcach
- określa cechy charakteryzujące kreatywność
- uzasadnia znaczenie zmiany w życiu człowieka
- wymienia źródła zmian organizacyjnych
- wymienia etapy wprowadzania zmiany
- identyfikuje przyczyny oporu wobec zmian w środowisku pracy
- wskazuje potrzebę zmian
- podejmuje inicjatywę w nietypowej sytuacji
- reaguje elastycznie na nieprzewidywalne sytuacje
- pozyskuje dane osobowe zgodnie z przepisami prawa
- przestrzega zasad bezpieczeństwa podczas przetwarzania i przesyłania danych osobowych
- przechowuje dane osobowe klientów zgodnie z przepisami prawa
- przedstawia konsekwencje nieprzestrzegania tajemnicy związanej z wykonywanym zawodem i miejscem pracy

7.2.3. Materiał nauczania - opis efektów kształcenia

Tabela 7 Materiał nauczania - opis efektów kształcenia

Tematy zajęć	Liczba godz.	Opis efektów kształcenia (uwzględniający kryteria weryfikacji)
1) Kanały dystrybucji 2) Strategie dystrybucji towarów 3) Komunikacja werbalna i niewerbalna 4) Prezentacja propozycji zakupu 5) Prezentacja ceny oferty 6) Elementy umowy sprzedaży 7) Zawarcie umowy sprzedaży	35	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży – dobiera formy sprzedaży do rodzaju działalności handlowej – dobiera formy sprzedaży do rodzaju oferowanych towarów i usług – identyfikuje osoby decyzyjne w firmie klienta – zbiera i analizuje informacje o kliencie pod względem jego potencjału zakupowego – uzasadnia konieczność sporządzenia planu organizacji spotkań, w tym kosztów logistycznych i optymalizacji czasu pracy – dobiera sposób prezentacji propozycji zakupu z uwzględnieniem priorytetów organizacji

Tematy zajęć	Liczba godz.	Opis efektów kształcenia (uwzględniający kryteria weryfikacji)
		<ul style="list-style-type: none"> – formułuje zakres zamówienia w oparciu o zdiagnozowaną sytuację klienta – wymienia zasady prezentacji ceny oferty – wyjaśnia znaczenie komunikowania korzyści płynących z poszczególnych cech oferty – dobiera przykładowe pytania służące zdiagnozowaniu opinii klienta na temat oferty według przygotowanych wzorów – podaje przykłady wątpliwości klienta i odpowiada na nie – podaje przykłady sytuacji, w których uzasadnione jest poszerzenie lub zmiana oferty – wymienia elementy umowy sprzedaży – modyfikuje zapisy w umowie sprzedaży towarów pod względem ich poprawności – wypełnia formularz umowy sprzedaży
1) Komunikacja werbalna i niewerbalna 2) Techniki komunikacji 3) Pojęcie, zasady i style prowadzenia negocjacji 4) Strategie negocjacji 5) Plan i scenariusz negocjacji	10	<ul style="list-style-type: none"> – nawiązuje relacje z klientem, wykorzystując techniki komunikacji – tworzy komunikat skierowany do klienta z zachowaniem zasad komunikacji – dobiera argumenty do założonego celu negocjacji handlowych – dobiera strategie negocjacyjne do typu klienta – sporządza plan negocjacji handlowej – opracowuje scenariusz negocjacji handlowych – negocjuje warunki współpracy
1) Metody kalkulacji cen 2) Strategie cenowe 3) Oferta handlowa 4) Kryteria wyboru dostawców 5) Zamówienie na dostawę towarów	25	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje strategie ustalania ceny sprzedaży, np: Charm pricing (urok cen), Skimming pricing (zbieranie śmietanki), Benchmarking, (zakotwiczenie) – oblicza marżę sprzedaży towaru lub usługi – oblicza cenę sprzedaży towarów lub usług – oblicza cenę jednostkową towaru lub usługi – opracowuje kryteria wyboru dostawców – dokonuje wyboru oferty handlowej na dostawę towarów zgodnie z zasadą racjonalnego gospodarowania zasobami finansowymi – sporządza zamówienie na towary i usługi – opracowuje strukturę bazy danych o dostawcach

7.2.4. Procedury osiągania celów kształcenia

Propozycje metod nauczania,

wykład informacyjny, pokaz z objaśnieniami, ćwiczenia przedmiotowe, metoda tekstu przewodniego, metoda projektów, symulacje

Obudowa dydaktyczna,

próbki, atrapy towarów, druki dokumentów dotyczących organizacji i prowadzenia sprzedaży, instrukcje obsługi urządzeń, zestawy ćwiczeń wraz z instrukcjami, plansze dydaktyczne, filmy dydaktyczne, wzory druków, prezentacje multimedialne

Warunki realizacji

Pracownia wyposażona w

- stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, z drukarką, skanerem lub urządzeniem wielofunkcyjnym oraz z projektorem multimedialnym lub tablicą interaktywną lub monitorem interaktywnym,
- stanowiska komputerowe dla słuchacza (jedno stanowisko dla jednego słuchacza), wszystkie komputery podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu i z podłączeniem do drukarki sieciowej.

Zajęcia powinny być prowadzone w formie pracy indywidualnej i grupowej.

Ze względu na indywidualizację pracy wskazane jest dostosowanie warunków, środków, metod i form kształcenia do potrzeb i możliwości słuchacza KUZ.

Zajęć praktycznych nie można realizować z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.

7.2.5. Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych słuchacza/uczestnika

Sprawdzanie i ocenianie osiągnięć słuchaczy należy prowadzić zgodnie z ustalonymi kryteriami z wykorzystaniem testów, ćwiczeń, sprawdzianów, opracowanych dokumentów, udzielonych odpowiedzi na zadane pytania, uzasadnienia sposobu rozwiązania stworzonych sytuacji problemowych. Efekty kształcenia zajęć praktycznych nie mogą być sprawdzane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.

8. Ewaluacja programu KUZ

Tabela 8 Ewaluacja programu KUZ

Efekt kształcenia z podstawy programowej (oznaczony w programie kursu jako kluczowy dla kwalifikacji lub jednostki efektów)	Wskaźniki potwierdzające osiągnięcie efektu kształcenia	Metody/techniki badania	Termin badania
HAN.02.4. przygotowuje oferty handlowe i zapytania ofertowe (ek)	Pozytywna ocena końcowa z przedmiotu obejmującego realizację efektu kształcenia. Ocena jest wyrazem opanowania przez słuchacza efektu z podstawy programowej	Testy osiągnięć słuchaczy, ocena dokonywana przez prowadzącego zajęcia na podstawie obserwacji, prezentacje	Po ukończeniu jednostki metodycznej/działu programowego obejmującego realizację efektu kształcenia.

Efekt kształcenia z podstawy programowej (oznaczony w programie kursu jako kluczowy dla kwalifikacji lub jednostki efektów)	Wskaźniki potwierdzające osiągnięcie efektu kształcenia	Metody/techniki badania	Termin badania
		multimedialne, wypowiedzi ustne, ocena z ćwiczeń	Po zakończeniu zajęć.
HAN.02.4. sporządza kalkulację cen sprzedaży (ek)	Pozytywna ocena końcowa z przedmiotu obejmującego realizację efektu kształcenia. Ocena jest wyrazem opanowania przez słuchacza efektu z podstawy programowej	Testy osiągnięć słuchaczy, ocena dokonywana przez prowadzącego zajęcia na podstawie obserwacji, prezentacje multimedialne, wypowiedzi ustne, ocena z ćwiczeń	Po ukończeniu jednostki metodycznej/działu programowego obejmującego realizację efektu kształcenia. Po zakończeniu zajęć.

9. Wykaz literatury oraz niezbędnych środków i materiałów dydaktycznych

9.1. Wykaz literatury

- 1) Andrzejczak D., Mikina A., Rzeźnik B., Wajgner M., Sprzedaż towarów. Obsługa klienta. Podręcznik do nauki zawodu technik handlowiec, Warszawa 2013.
- 2) Józwiak J., Knap M., Pracownia sprzedaży. Prowadzenie sprzedaży. Technik handlowiec, sprzedawca, technik księgarstwa. Kwalifikacja A.18, Warszawa 2015.
- 3) Pańczyk M., Pracownia sprzedaży. Zbiór ćwiczeń, wyd. 1 popr., Poznań 2014.
- 4) Pracownia sprzedaży. Zbiór ćwiczeń. wyd. 1 popr., Poznań 2014.
- 5) Szwech A., Komputer w firmie – od zakupu do sprzedaży, e-book PDF, Warszawa 2016.
- 6) Tracy B., Psychologia sprzedaży, Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2007.
- 7) Zielińska H., Sprzedaż towarów, Wydawnictwo Rea, Warszawa 2008;

9.2. Wykaz niezbędnych środków i materiałów dydaktycznych

- stanowisko komputerowe dla nauczyciela podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu z drukarką, skanerem lub urządzeniem wielofunkcyjnym oraz projektorem multimedialnym, tablicą interaktywną lub monitorem interaktywnym, pakietem programów biurowych i oprogramowaniem do obsługi sprzedaży ,
- stanowiska komputerowe dla słuchacza (jedno stanowisko dla jednego słuchacza) podłączone do sieci lokalnej z dostępem do Internetu, pakietem programów biurowych i oprogramowaniem do obsługi sprzedaży,
- druki dokumentów dotyczących organizacji i prowadzenia sprzedaży oraz instrukcje obsługi urządzeń.

10. Sposób i forma zaliczenia kursu

Oceny klasyfikacyjne z poszczególnych zajęć edukacyjnych, ustala się w stopniach według następującej skali:

- stopień celujący - 6;
- stopień bardzo dobry - 5;
- stopień dobry - 4;
- stopień dostateczny - 3;
- stopień dopuszczający - 2;
- stopień niedostateczny - 1.

Forma i sposób zaliczenia poszczególnych zajęć edukacyjnych przewidzianych w planie nauczania zależy od specyfiki nauczanych treści kształcenia i może być:

- ustna;
- pisemna;
- praktyczna.

Wyboru formy zaliczenia dokonują nauczyciele/instruktorzy prowadzący obowiązkowe zajęcia edukacyjne, przewidziane w planie nauczania KUZ, przed rozpoczęciem zajęć.

Uczestnicy kursu są informowani o formie zaliczenia poszczególnych obowiązkowych zajęć edukacyjnych, przewidzianych w planie nauczania na pierwszych zajęciach.

Warunki zaliczenia KUZ:

- uczęszczanie na zajęcia edukacyjne, przewidziane w planie nauczania, w wymiarze co najmniej 50% czasu przeznaczonego na te zajęcia;
- uzyskanie ocen wyższych niż niedostateczne z zaliczeń przeprowadzanych z poszczególnych zajęć edukacyjnych, określonych w planie nauczania;
- w przypadku uzyskania oceny niedostatecznej z zaliczenia słuchacz kursu może poprawiać ocenę w formie i terminie ustalonym z nauczycielem/instrukтором prowadzącym zajęcia edukacyjne, przewidziane w planie nauczania.

Uczestnik kursu otrzymuje zaświadczenie o ukończeniu KUZ.

11. Sprawdzenie kompletności i poprawności opracowanego programu zajęć

11.1. Tabela weryfikacji programu nauczania KUZ pod kątem zgodności z przepisami prawa oświatowego

Tabela 9 Tabela weryfikacji programu nauczania KUZ pod kątem zgodności z przepisami prawa oświatowego

Lp.	Program kursu umiejętności zawodowych uwzględnia	Zawartość opracowanego programu zajęć (Tak-T/Nie-N)
1	Cele kształcenia (zadania zawodowe)	T
2	Efekty kształcenia	T
3	Kryteria weryfikacji	T
4	Warunki realizacji kształcenia w kwalifikacji (lub niezbędne do realizacji danej jednostki efektów)	T
5	Minimalna liczba godzin kształcenia zawodowego dla kwalifikacji wyodrębnionej w zawodzie lub jednostki efektów	T

11.2. Tabela weryfikacji programu KUZ pod kątem kompletności efektów kształcenia

Tabela 10 Tabela weryfikacji programu KUZ pod kątem kompletności efektów kształcenia

Efekty kształcenia oraz kryteria weryfikacji określone w podstawie programowej kształcenia w zawodzie		Zawartość opracowanego programu zajęć (temat zajęć)
HAN.02.4. Zarządzanie działaniami handlowymi		
Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	
HAN.02.4. przygotowuje oferty handlowe i zapytania ofertowe (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – sporządza zapytanie ofertowe zgodnie z zasadami korespondencji handlowej – wskazuje błędy w zapytaniu ofertowymi ofercie handlowej – wymienia cechy oferty handlowej atrakcyjnej dla odbiorców – sporządza ofertę handlową skierowaną do odbiorców indywidualnych i instytucjonalnych 	Oferty handlowe i zapytania ofertowe
HAN.02.4. przygotowuje standardowe formy korespondencji służbowej (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje elementy treści pisma handlowego – sporządza dokumenty handlowe w formie papierowej i elektronicznej, np. zapytanie ofertowe, ofertę, reklamację – sporządza korespondencję z kontrahentami i pracownikami w formie elektronicznej – odpowiada na zapytanie dotyczące realizacji usług i reklamacji 	Standardowe formy korespondencji służbowej

Efekty kształcenia oraz kryteria weryfikacji określone w podstawie programowej kształcenia w zawodzie		Zawartość opracowanego programu zajęć (temat zajęć)
HAN.02.4. Zarządzanie działaniami handlowymi		
Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	
HAN.02.4. stosuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży towarów (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży – dobiera formy sprzedaży do rodzaju działalności handlowej – dobiera formy sprzedaży do rodzaju oferowanych towarów i usług 	Pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży towarów
HAN.02.4. przygotowuje spotkanie sprzedażowe (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje osoby decyzyjne w firmie klienta – zbiera i analizuje informacje o kliencie pod względem jego potencjału zakupowego – uzasadnia konieczność sporządzenia planu organizacji spotkań, w tym kosztów logistycznych i optymalizacji czasu pracy 	Przygotowanie spotkania sprzedażowego
HAN.02.4. inicjuje kontakt z klientem (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – nawiązuje relacje z klientem, wykorzystując techniki komunikacji – tworzy komunikat skierowany do klienta z zachowaniem zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej na podstawie scenariusza 	Nawiązywanie kontaktu z klientem
HAN.02.4. składa propozycję zakupu (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera sposób prezentacji propozycji zakupu z uwzględnieniem priorytetów organizacji – formułuje zakres zamówienia w oparciu o zdiagnozowaną sytuację klienta 	Składanie propozycji zakupu
HAN.02.4. ustala warunki oferty w ramach podanych warunków brzegowych (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia zasady prezentacji ceny oferty – wyjaśnia znaczenie komunikowania korzyści płynących z poszczególnych cech oferty – dobiera przykładowe pytania służące zdiagnozowaniu opinii klienta na temat oferty według przygotowanych wzorów – podaje przykłady wątpliwości klienta i odpowiada na nie – podaje przykłady sytuacji, w których uzasadnione jest poszerzenie lub zmiana oferty 	Ustalanie oferty handlowej w ramach podanych warunków brzegowych
HAN.02.4. prowadzi negocjacje handlowe (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera argumenty do założonego celu negocjacji handlowych – dobiera strategie negocjacyjne do typu klienta – sporządza plan negocjacji handlowej – opracowuje scenariusz negocjacji handlowych – negocjuje warunki współpracy 	Negocjacje handlowe
HAN.02.4. zawiera umowy sprzedaży (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia elementy umowy sprzedaży 	Umowa sprzedaży

Efekty kształcenia oraz kryteria weryfikacji określone w podstawie programowej kształcenia w zawodzie		Zawartość opracowanego programu zajęć (temat zajęć)
HAN.02.4. Zarządzanie działaniami handlowymi		
Efekty kształcenia	Kryteria weryfikacji	
	<ul style="list-style-type: none"> – modyfikuje zapisy w umowie sprzedaży towarów pod względem ich poprawności – wypełnia formularz umowy sprzedaży 	
HAN.02.4. sporządza kalkulację cen sprzedaży (ek)	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje strategie ustalania ceny sprzedaży, np: – Charm pricing (urok cen), Skimming pricing – (zbieranie śmietanki), Benchmarking, – (zakotwiczenie) – oblicza marżę sprzedaży towaru lub usługi – oblicza cenę sprzedaży towarów lub usług – oblicza cenę jednostkową towaru lub usługi 	Obliczanie cen sprzedaży
HAN.02.4. zamawia towary i usługi u dostawców (ew)	<ul style="list-style-type: none"> – opracowuje kryteria wyboru dostawców – dokonuje wyboru oferty handlowej na dostawę towarów zgodnie z zasadą racjonalnego gospodarowania zasobami finansowymi – sporządza zamówienie na towary i usługi – opracowuje strukturę bazy danych o dostawcach 	Zamawianie towarów i usług u dostawcy