

	KOMPETENCJE SPÓ		- przyjmowania odpowiedzialności za skutki własnych działań i podjętych decyzji, - współpracy w ramach zespołu realizującego zadania planowania i zakupu towarów.	- przestrzegania podstawowych reguł w hierarchii przedsiębiorstwa, - ponoszenia odpowiedzialności za realizację działań własnych i podległego zespołu.	- uwzględniania aspektów ekonomicznych przy nabywaniu dóbr, - ponoszenia odpowiedzialności za skutki podjętych decyzji związanych z warunkami zakupu towarów, - kierowania niedużym zespołem pracowniczym, - oceny działań zespołu, którym kieruje i przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań, - organizowania współpracy z innymi zespołami.	- tworzenia i upowszechniania właściwych wzorców postępowania w handlu, - kierowania zespołem i ponoszenia odpowiedzialności za wyniki pracy, - podejmowania decyzji w sytuacji podwyższonego ryzyka i - promowania rozwoju podległego zespołu zakupowego.			
Kontekst sektorowy									
NEGOCJACJE – KONTEKST SEKTOROWY E									
NEGOCJACJE – KONTEKST SEKTOROWY E	WIEDZA	WIEP2 ZNA I ROZUMIE	WIEP3 ZNA I ROZUMIE	WIEP4 ZNA I ROZUMIE	WIEP5 ZNA I ROZUMIE	WIEP6 ZNA I ROZUMIE	WIEP7 ZNA I ROZUMIE		
					- w szerokim zakresie teorii i praktyki negocjacyjne w handlu, - zasady i sposoby negocjacji handlowych, - zasady rządzące negocjowaniem w różnym otoczeniu biznesowym, - bariery negocjacyjne oraz modele efektywnościowe negocjowania: np. BATNA.	- w zaawansowanym stopniu różnorodne strategie i konteksty negocjacyjne firm handlowych, - rolę negocjacji w uzyskaniu sukcesu handlowego, - zasady wsparcia negocjacji przez zewnętrznych ekspertów, - zasady tworzenia i kierowania zespołami negocjacyjnymi na każdym z etapów dialogu negocjacyjnego, - w zaawansowanym stopniu zróżnicowane techniki negocjacyjne stosowane w branżach handlowych i w różnych kulturach.	- w pogłębiony sposób różnorodne strategie i konteksty negocjacyjne firm handlowych, - zasady wsparcia negocjacji przez zewnętrznych ekspertów oraz złożone zależności między zasadami a relacje zespołów negocjacyjnych z pozostałymi działami w przedsiębiorstwie, - w pogłębiony sposób zróżnicowane techniki negocjacyjne stosowane w branżach handlowych różnych kultur - sposoby porównujące pracę zespołów negocjacyjnych, włączając w to wiedzę etyczną oraz wiedzę z zakresu CSR (Corporation social responsibility), zrelatywowaną do		
		UIEP2 POTRAFI	UIEP3 POTRAFI	UIEP4 POTRAFI	UIEP5 POTRAFI	UIEP6 POTRAFI	UIEP7 POTRAFI		
					- powoływać zespoły negocjacyjne, - określać obszary brzegowe (ZOPA, BATNA, WATNA, itp.) - uwzględniać plany firmy handlowej oraz alternatywne koncepcje negocjacji, - dobrać metodę negocjacyjną do uwarunkowań innych kultur biznesowych, - identyfikować bariery negocjacyjne i dzielić pracę w zespole, - sięgać do typowych taktyk negocjacji i wykazać się elastycznością w ich stosowaniu, - wypracowywać kompromisy negocjacyjne, - odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej importu.	- budować i wdrażać alternatywne scenariusze i strategie negocjacyjne, - skutecznie oceniać czas i warunki włączenia schematów efektywnościowych, np. BATNA, - dobierać skład zespołu negocjującego i analizować jego zaplecze pracy, - zarządzać procesem negocjacyjnym przedsiębiorstwa, - określać poziom korzyści przy zróżnicowanych wynikach negocjacji, - sporządzać strategie negocjacyjne i plany negocjacji, - przygotowywać zespoły do negocjacji, - motywować negocjatorów i budować ich autorytet, - odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe	- analizować i oceniać wielokryterialnie sytuacje rynkowe oraz decydować o potrzebach i typach stosowanych - planować działania negocjacyjne na wszystkich etapach i przygotować zespoły negocjacyjne, - komunikować się z otoczeniem rynkowym, oceniać potencjały negocjacyjne partnerów, - organizować wsparcie eksperckich zespołów negocjacyjnych, - definiować i zatwierdzać tzw. ZOPA, typy kompromisów, BATNA itp., - wzbudowywać cele z zakresu CSR w strategię ekonomiczną przedsiębiorstwa, - organizować proces wspólnego kształcenia się, - odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi w języku obcym oraz prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej importu.		
		KIEP2 JEST GOTÓW DO	KIEP3 JEST GOTÓW DO	KIEP4 JEST GOTÓW DO	KIEP5 JEST GOTÓW DO	KIEP6 JEST GOTÓW DO	KIEP7 JEST GOTÓW DO		
					- podejmowania zadań negocjacyjnych, - ponoszenia odpowiedzialności za przygotowanie i kierowanie zespołem negocjacyjnym, - współdziałania w trakcie przygotowań do negocjacji i w trakcie negocjowania, uwzględniając wiedzę i umiejętności członków zespołu, - oceny działań własnych i pracy zespołu, - przyjmowania pozytywnej postawy wobec uczenia się i podnoszenia kwalifikacji.	- przekazywania i egzekwowania zasad negocjacji i przestrzegania etyki zawodowej w procesie negocjacyjnym, - systematycznego podwyższania kwalifikacji, - samodzielnego podejmowania decyzji oraz ponoszenia odpowiedzialności za planowanie i realizację zadań zespołów negocjatorów. - właściwe kierowanie zespołem ze szczególnym uwzględnieniem etyki i kooperacyjnego podejścia do	- organizowania struktur i tworzenia mechanizmów rozwoju zawodowego w zakresie negocjacji, - kreowania pożądanych cech potencjalnych negocjatorów takich jak asertywność, dążenie do kompromisu, szacunek dla profesjonalizmu i etyki zawodowej, - oceny własnych działań i ponoszenia odpowiedzialności za wprowadzone korekty w procesach negocjacji, - właściwe kierowanie zespołem ze szczególnym uwzględnieniem etyki i kooperacyjnego podejścia do		
		KOMPETENCJE SPOŁECZNE							
	Kontekst sektorowy								
	ZAMAWIANIE TOWARÓW I ZARZĄDZANIE ZAPASAMI – KONTEKST SEKTOROWY F								
	NEGOCJACJE – KONTEKST SEKTOROWY E	WIEDZA	WIFP2 ZNA I ROZUMIE	WIFP3 ZNA I ROZUMIE	WIFP4 ZNA I ROZUMIE	WIFP5 ZNA I ROZUMIE	WIFP6 ZNA I ROZUMIE	WIFP7 ZNA I ROZUMIE	
				- w podstawowym zakresie terminologię z zakresu towaroznawstwa, - informacje charakteryzujące towary (kody, oznaczenia, znaki i normy), - podstawową wiedzę na temat zamawianych towarów, - podstawowe zasady zamawiania towarów, - typowe metody zarządzania zapasami oraz transportem, - rodzaje klasyfikacji zapasów towarowych i w szerszym zakresie mierniki zapasów towarowych, - elementarne standardy rachunku ekonomicznego w zarządzaniu zapasami, - podstawowe metody i narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zapasem towarowym.	- w szerszym zakresie terminologię z obszaru towaroznawstwa i informacje charakteryzujące towar (kody, oznaczenia, znaki i normy), - w szerszym zakresie wiedzę na temat zamawianych towarów, - typowe i powszechnie stosowane zasady zamawiania towarów, - metody zarządzania zapasami, - metody zarządzania transportem, - rodzaje zapasów towarowych oraz czynniki kształtujące wielkość i strukturę zapasów, - wybrane mierniki zapasów towarowych, - podstawowe standardy rachunku ekonomicznego w zarządzaniu zapasami, - typowe i stosowane metody oraz narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zapasem towarowym.	- w szerokim zakresie terminologię obszaru towaroznawstwa i informacje charakteryzujące towary (kody, oznaczenia, znaki i normy), - w szerokim zakresie cechy zamawianych towarów, - wybrane metody zarządzania zapasami oraz transportem, - w szerokim stopniu rodzaje zapasów towarowych oraz czynniki kształtujące wielkość i strukturę zapasów, - mierniki zapasów towarowych, - istotę i standardy rachunku ekonomicznego w zarządzaniu zapasami, - w szerokim zakresie wykorzystywane metody i narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zapasem towarowym.	- w zaawansowanym stopniu terminologię z obszaru towaroznawstwa i informacje charakteryzujące towar (kody, oznaczenia, znaki i normy) - specyfikacje zamawianych towarów, zasady zamawiania towarów, - różnorodne metody zarządzania zapasami oraz transportem, - w zaawansowanym stopniu rodzaje zapasów towarowych oraz czynniki kształtujące wielkość i strukturę zapasów, - różnorodne strategie w zarządzaniu zapasami towarowymi, - różnorodne mierniki zapasów towarowych, - w zaawansowanym stopniu istotę i standardy rachunku ekonomicznego w zarządzaniu zapasami, - w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia informatyczne stosowane w zarządzaniu zapasem towarowym.	- w zaawansowanym stopniu różnorodne strategie i konteksty negocjacyjne firm handlowych, - rolę negocjacji w uzyskaniu sukcesu handlowego, - zasady wsparcia negocjacji przez zewnętrznych ekspertów, - zasady tworzenia i kierowania zespołami negocjacyjnymi na każdym z etapów dialogu negocjacyjnego, - w zaawansowanym stopniu zróżnicowane techniki negocjacyjne stosowane w branżach handlowych i w różnych kulturach.	- w pogłębiony sposób różnorodne strategie i konteksty negocjacyjne firm handlowych, - zasady wsparcia negocjacji przez zewnętrznych ekspertów oraz złożone zależności między zasadami a relacje zespołów negocjacyjnych z pozostałymi działami w przedsiębiorstwie, - w pogłębiony sposób zróżnicowane techniki negocjacyjne stosowane w branżach handlowych różnych kultur - sposoby porównujące pracę zespołów negocjacyjnych, włączając w to wiedzę etyczną oraz wiedzę z zakresu CSR (Corporation social responsibility), zrelatywowaną do
			UIFP2 POTRAFI	UIFP3 POTRAFI	UIFP4 POTRAFI	UIFP5 POTRAFI	UIFP6 POTRAFI	UIFP7 POTRAFI	
				- aktualizować swoją wiedzę pod kierunkiem przełożonego w zakresie procesu zamawiania towarów, - stosować aktualne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zapasami zgodnie z instrukcją, - w podstawowym zakresie dokumentować proces zamawiania i zarządzania zapasami,	- aktualizować swoją wiedzę o towarach w procesie ich zamawiania, - częściowo samodzielnie stosować aktualne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zapasami, - opracowywać i dokumentować zamawianie i zarządzanie zapasami,	- aktualizować i wykorzystywać dostępną wiedzę o towarach w procesie zamawiania towarów w zmiennych, przewidywalnych warunkach rynkowych, - stosować aktualne rozwiązania w procesie zamawiania towarów i zarządzania zapasami, - zarządzać procesem dokumentowania, zamawiania towarów i zarządzania zapasami,	- monitorować i innowacyjnie wykorzystywać zaawansowaną wiedzę o towarach w procesie zamawiania towarów w nieprzewidywalnych warunkach rynkowych, - stosować aktualne i innowacyjne rozwiązania w procesie zamawiania i zarządzania zapasami oraz inicjować nowe rozwiązania, - planować pracę indywidualną i zespołową,		

ZAMAWIANIE TOWARÓW I ZARZĄDZANIE ZAPASAMI – KONTEKST SEKTOROWY F	UMIĘTNOŚCI	- 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 towarowych,	- kierować małym zespołem pracowniczym,	- kierować małym zespołem pracowniczym zamawiającym towar,	- wybierać i stosować odpowiednią strategię zarządzania zapasami,		
		- stosować typowe techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT),	- kontrolować i korygować poziom zapasów, korzystając z dobranych, dostępnych metod i dobranych mierników zapasów towarowych,	- kontrolować poziom zapasów, korzystając z właściwych, dostępnych metod i dobranych mierników zapasów towarowych,	- kontrolować poziom zapasów, korzystając z właściwych, zaawansowanych metod i dobranych mierników zapasów towarowych,		
		- przygotowywać niezbyt złożone raporty w przyjętym przez przedsiębiorstwo obiegu informacji o towarach,	- stosować techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT),	- stosować techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT),	- stosować zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT),		
		- 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 zadane raporty i analizy ilościowe w przyjętym przez przedsiębiorstwo handlowe obiegu informacji,	- wykorzystywać zasady rachunku ekonomicznego dla 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.				
	KOMPETENCJE SPECJECZNE	KIFP2 JEST GOTÓW DO	KIFP3 JEST GOTÓW DO	KIFP4 JEST GOTÓW DO	KIFP5 JEST GOTÓW DO	KIFP6 JEST GOTÓW DO	KIFP7 JEST GOTÓW DO
		- współdziałania w ramach zespołu pracowniczego,	- 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,	- działania w ramach zespołu oraz współdziałania z innymi osobami lub zespołami w przedsiębiorstwie,	- podjęcia ryzyka handlowego związanego z zakupem towarów oraz krytycznej oceny przebiegającej się w wyciążeniu i stosowaniu się do wniosków z	- ponoszenia odpowiedzialności za skutki działań w zakresie
		- 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,	- partnerskiego dialogu z przełożonymi,	- partnerskiego dialogu z przełożonymi,	- powielania zasad kultury współpracy z kontrahentami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności i odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników,	
		- rzetelnej oceny efektów pracy własnej,	- stosowania zasad komunikacji z współpracownikami obowiązujące w przedsiębiorstwie z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających z odpowiedzialności społecznej i wewnątrzzespołowej pracowników.	- stosowania zasad kultury współpracy z współpracownikami z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających z odpowiedzialności społecznej i odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników,	- stosowania zasad kultury współpracy, z uwzględnieniem zobowiązań wynikających ze społecznej odpowiedzialności i odpowiedzialności wewnątrzzespołowej pracowników,		
		- stosowania zasad komunikacji z współpracownikami obowiązujące w przedsiębiorstwie z uwzględnieniem wypełniania zobowiązań wynikających z odpowiedzialności społecznej i wewnątrzzespołowej 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							
Kontekst sektorowy							
WIEDZA	WIGP2 ZNA I ROZUMIE	WIGP3 ZNA I ROZUMIE	WIGP4 ZNA I ROZUMIE	WIGP5 ZNA I ROZUMIE	WIGP6 ZNA I ROZUMIE	WIGP7 ZNA I ROZUMIE	
	- najbardziej podstawowe pojęcia i typowe nazewnictwo związane z wykonywanymi działaniami zawodowymi w zakresie magazynowania,	- w szerszym zakresie zasady gospodarki magazynowej,	- typowe i często stosowane metody i technologie wykorzystywane 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 pogłębiły sposób aspekty teoretyczne metod i technologii stosowanych w procesie magazynowania w powiązaniu z wiedzą z zakresu towaroznawstwa,	- najnowsze trendy i osiągnięcia w tych obszarach,
	- podstawowe zasady gospodarki magazynowej,	- zasady i procedury przyjęcia i odbioru towaru z magazynu,	- typowe kryteria i metody oceny towaru,	- wybrane kryteria i metody oceny towaru,	- wybrane kryteria i metody oceny towaru,	- zaawansowanym stopniu towaroznawstwo i zasady magazynowania, najnowsze trendy i osiągnięcia w tych	
	- zasady i procedury przyjęcia 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,	- typowe, przyjęte przez przedsiębiorstwo kryteria i metody oceny towaru,	- podstawowe procedury analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP od ang. <i>hazard analysis and critical control points</i>),	- znajomość procedur analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP od ang. <i>hazard analysis and critical control points</i>),	- w sposób zaawansowany 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 od ang. <i>hazard analysis and critical control points</i>),	
	- warunki i techniki przechowywania towarów oraz zasady transportu wewnętrznego,	- podstawowe warunki i techniki przechowywania towarów oraz transportu wewnętrznego,	- metody i znaczenia oznakowań towarów,	- metody i znaczenia oznakowania towarów,	- metody i znaczenie oznakowania towarów,	- metody i znaczenie oznakowania towarów	
	- warunki i techniki przechowywania towarów oraz zasady transportu wewnętrznego,	- podstawowe warunki i techniki przechowywania towarów oraz transportu wewnętrznego,	- typowe i często stosowane metody i technologie gospodarki magazynowej, w tym właściwe przepisy, zasady i procedury przyjęcia i odbioru towaru z magazynu,	- w szerokim zakresie zasady gospodarki magazynowej, w tym w szczególności przepisy, zasady i procedury przyjęcia i odbioru towaru z magazynu,	- w sposób zaawansowany zasady gospodarki magazynowej, w tym w przepisach, zasady i procedury przyjęcia i odbioru towaru z magazynu,	- w pogłębiły sposób zasady gospodarki magazynowej, w tym w szczególności dogłębnie przepisy, zasady i procedury przyjęcia i odbioru towaru z magazynu,	
	- podstawowe zasady dotyczące przeprowadzania inwentaryzacji	- podstawową znajomość procedur analizy zagrożeń i krytycznych punktów kontroli (HACCP od ang. <i>hazard analysis and critical control points</i>),	- obowiązujące przepisy BHP 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 pogłębiły sposób znaczenie utrzymywania właściwych stanów magazynowych,	
		- podstawy inwentaryzacji,	- znaczenie utrzymywania właściwych stanów magazynowych,	- w szerokim zakresie warunki, nowoczesne narzędzia i systemy informacyjne,	- różnorodne i złożone metody i technologie, nowoczesne narzędzia, systemy informacyjne i procedury zarządzania dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	- w pogłębiły sposób warunki, nowoczesne narzędzia, systemy informacyjne i procedury zarządzania dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	
		- typowe zasady gospodarki opakowaniami,	- podstawowe narzędzia, systemy informacyjne i procedury zarządzania dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	- procedury zarządzania dystrybucją wewnętrzną towarów w magazynie,	- w pełni proces inwentaryzacji.	- w zaawansowanym stopniu znaczenie inwentaryzacji dla zarządzania 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 pogłębiły 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 wysyłek kurierskich,	- rynek usług transportowych i wysyłek kurierskich,	
				- w szerokim zakresie rynek transportowy i wysyłek 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.	- w szerokim zakresie przepisy dotyczące transportu towarów oraz przepisy i procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	- szczegółowo przepisy i procedury związane ze zwrotem towarów do dostawcy.	
		UIGP2 POTRAFI	UIGP3 POTRAFI	UIGP4 POTRAFI	UIGP5 POTRAFI	UIGP6 POTRAFI	UIGP7 POTRAFI
	- 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 wykonania niezbyt prostych 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, korygując plan w gospodarce magazynowej,	- przygotowywać plan działania w gospodarce magazynowej z uwzględnieniem zmiennych, nie w pełni przewidywalnych warunkach, korygując plan działania stosownie do okoliczności,	- opracowywać plan strategiczny dla zespołu pracowniczego w gospodarce magazynowej,	

WIEDZA	- procedury i instrukcje dotyczące zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów, - podstawowe przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta, ochrona danych osobowych), - podstawowe dokumenty sprzedażowe i procedury reklamacyjne, - zasady działania i posługiwania się urządzeniami rejestrującymi sprzedaż, maszynami i urządzeniami używanymi na stanowisku pracy w prowadzeniu sprzedaży, - zasady BHP w posługiwaniu się maszynami i urządzeniami używanymi w procesie przygotowania i prowadzenia sprzedaży.	- typowy proces sprzedażowy i często stosowane metody sprzedaży, - typowe zasady organizacji sprzedaży na poszczególnych jej etapach oraz dokumentację z tym związaną, - w szerszym zakresie warunków i procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów oraz dokumentację z tym związaną, - podstawowe przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta, ochrona danych osobowych), - typowe i ogólnie stosowane procedury minimalizowania i zapobiegania stratom, - zasady działania i posługiwania się urządzeniami rejestrującymi sprzedaż, maszynami i urządzeniami używanymi w procesie przygotowania i prowadzenia sprzedaży, - zasady BHP w posługiwaniu się maszynami i urządzeniami używanymi w procesie przygotowania i prowadzenia sprzedaży.	- w szerokim zakresie kryteria kształtowania asortymentu, - metody analizy prognozy rentowności i obliczania różnorodnych marż, - w szerokim zakresie problematykę zarządzania kategorią towarów, - proces i metody sprzedaży, - organizację sprzedaży na poszczególnych jej etapach, - warunki i procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów, - podstawy strategii sprzedaży, - przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta), - w szerokim zakresie procedury zapobiegania i minimalizowania strat.	- w stopniu zaawansowanym problematykę zarządzania kategorią towarów, - różnorodne metody i technologie sprzedaży, - w sposób zaawansowany proces sprzedażowy oraz zasady organizacji sprzedaży na poszczególnych jego etapach, - różnorodne procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów, - w sposób zaawansowany różnorodne przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta), - różnorodne procedury minimalizowania i zapobiegania stratom, - podstawowe zasady dotyczące ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w handlu.	- metody planowania i analizy asortymentu, - różnorodne, złożone metody sprzedaży, - procesy sprzedaży i zasady organizacji sprzedaży na poszczególnych jej etapach, - w pogłębiony sposób warunki i procedury zarządzania odbiorem i dystrybucją wewnętrzną towarów, - najnowsze strategie sprzedaży w sektorze handlu, - przepisy i wymagania związane ze sprzedażą (jakość, bezpieczeństwo produktów, interes konsumenta), - zasady dotyczące ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w handlu.																									
						UIBHP2 POTRAFI	UIBHP3 POTRAFI	UIBHP4 POTRAFI	UIBHP5 POTRAFI	UIBHP6 POTRAFI	UIBHP7 POTRAFI																			
						UMIĘTNOŚCI	- identyfikować towary w określonym asortymencie, - według ogólnych instrukcji prezentować ofertę asortymentową i dostosowywać ją do potrzeb klienta, - prezentować ceny i finalizować transakcje sprzedaży, - przyjmować zapłaty za towary i dokonywać zwrotu płatności za towary zgodnie z przepisami prawa oraz wewnętrznymi uregulowaniami przedsiębiorstwa w zakresie gospodarowania towarami i finansami, - stosować zadane metody sprzedaży i nowoczesne technologie sprzedażowe, - rozwiązywać typowe problemy relacji z klientem i sprzedaży w częściowo zmiennych warunkach według zadanych procedur i instrukcji, - organizować swoje stanowisko sprzedaży zgodnie z instrukcją, - sprawnie obsługiwać urządzenia sprzedażowe, - zapobiegać kradzieży instrukcji zgodnie z przyjętymi procedurami, - wykonywać obowiązki w sytuacji stresu związanego z koniecznością sprzeczenia wysokim oczekiwaniom klientów, - diagnozować i rozwiązywać problemy pojawiające się w procesie sprzedaży, - wdrażać zasady BHP w procesie sprzedaży, - posługiwać się zadanymi technikami komunikacji wewnętrznej, - monitorować przepływ informacji, - posługiwać się językiem obcym na średnim poziomie.	- organizować działania związane z zarządzaniem procesem sprzedaży, - śledzić rynek właściwy w odmiennych procesach sprzedażowych, - prowadzić dokumentację sprzedaży, zapasów towarowych, cen i marż, - wdrażać do sprzedaży ofertę asortymentową, - monitorować ilość i jakość towarów w procesie sprzedaży, - przeprowadzać analizę ilościową oferty towarowej, wykorzystując zadane metody, korygować, optymalizować zapas towarowy, - stosować zadane metody sprzedaży i wdrażać nowoczesne technologie sprzedażowe w kierowaniu małym zespołem pracowniczym, - wykorzystywać istniejące standardy i dostępne technologie związane z bezpieczeństwem i zapobieganiem kradzieży towarów, - podejmować działania zapobiegające lub minimalizujące straty, - pracować w sytuacji stresu związanego z koniecznością sprzeczenia wysokim oczekiwaniom klientów, - wdrażać metody sprzedaży i nowoczesne technologie sprzedażowe, - nadzorować i oceniać działania związane z procesem sprzedaży, - opracowywać i wdrażać dokumentację sprzedażową, - wdrażać nowo przyjętych pracowników, prowadzić dla nich szkolenia wprowadzające i stanowiskowe oraz prowadzić opiekę merytoryczną nad małym zespołem, - wprowadzać metody zapobiegania kradzieży również z wykorzystaniem technologii CCTV, - podejmować działania zapobiegające i minimalizujące straty, - dobierać i stosować wybrane techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT) w procesie komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, - kierować małym zespołem pracowniczym realizującym politykę asortymentową i zadania sprzedażowe, - odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej sprzedaży.	- zarządzać kategorią produktów, - śledzić rynkową ofertę asortymentową i analizować w kontekście oferty własnej, - dobierać odpowiednie programy analityczne dla optymalizacji oferty asortymentowej, - planować i rekomendować dostosowanie oferty asortymentowej do potrzeb rynkowych, - przeprowadzać analizę cen i optymalizować marżę, - sporządzać dokumentację pracy własnej nad asortymentem oraz analizować i oceniać swoje kompetencje zawodowe, - w obszarze zarządzania kategorią towarów korzystać z możliwości ich poszerzania, - wdrażać metody sprzedaży i nowoczesne technologie sprzedażowe, - nadzorować i oceniać działania związane z procesem sprzedaży, - opracowywać i wdrażać dokumentację sprzedażową, - dokonywać wyboru metod zapobiegania kradzieży z wykorzystaniem technologii w tym CCTV, - wdrażać dyscyplinę pracy i stosować ją jako podstawę świadczenia usług na wysokim poziomie, - projektować obieg informacji, dobierać oraz stosować właściwe, zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT) w procesie planowania i organizacji przepływu informacji, - kierować zespołem pracowniczym realizującym zadania zarządzania kategoriami towarów oraz zarządzania sprzedażą, - samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie, - odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym, prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej sprzedaży.	- formułować cele polityki asortymentowej, - formułować ofertę asortymentową i dostosowywać ją do potrzeb rynkowych według wskazanej strategii, - przeprowadzić analizę oferty, wykorzystując różne metody diagnozy rynkowej, - wykorzystywać złożone programy analityczne dla optymalizacji oferty asortymentowej, - planować proces zarządzania kategorią towarów, - opracowywać różne metody sprzedaży i dostosowywać do nich nowoczesne technologie sprzedażowe, - diagnozować działania związane z procesem sprzedaży, - planować organizację sprzedaży, - opracować podstawy dokumentacji sprzedaży, - dokonywać wyboru metod zapobiegania kradzieży z wykorzystaniem technologii w tym CCTV, - wdrażać dyscyplinę pracy i stosować ją jako podstawę świadczenia usług na wysokim poziomie, - projektować obieg informacji, dobierać oraz stosować właściwe, zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT) w procesie planowania i organizacji przepływu informacji, - kierować zespołem pracowniczym realizującym zadania zarządzania kategoriami towarów oraz zarządzania sprzedażą, - samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie, - odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym, prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej sprzedaży.	- monitorować rynek konsumpcyjny i występujące na nim trendy, - formułować cele polityki asortymentowej z uwzględnieniem prognozy zmian rynkowych, - określać zakres oferty asortymentowej w odniesieniu do potrzeb rynkowych, - wyznaczać założenia polityki cenowej i marżowej, - opracowywać strategię sprzedaży z uwzględnieniem analizy rynkowej, - modyfikować metody sprzedaży i technologie sprzedażowe z wykorzystaniem nowej wiedzy, - oceniać działania związane z procesem sprzedaży, - oceniać skutki wyboru strategii w perspektywie trendów konsumpcyjnych, - wskazywać właściwe metody i zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT), - kierować zespołem pracowniczym realizującym strategię asortymentową i sprzedażową na wysoko konkurencyjnym rynku, - odbierać i formułować rozbudowane i wielowątkowe wypowiedzi oraz prowadzić konwersację w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej sprzedaży.																			
												KOMPETENCJE SPOŁECZNE	- prezentacji stosownej postawy w relacjach z klientami w ramach obsługi sprzedażowej, - przyjmowania uwag i sugestii klientów istotnych dla zarządzania ofertą asortymentową oraz działania się tą wiedzą z przełożonymi, - podejmowania nowych zadań i rozwiązań zorientowanych na podnoszenie poziomu świadczonych usług, - akceptowania dyscypliny pracy i konieczności jej stosowania jako podstawy świadczenia usług na wysokim poziomie, - rzetelnego przestrzegania higieny w handlu i przestrzegania przepisów BHP odnoszących się do sprzedaży, - przyjmowania odpowiedzialności za powierzone zadania sprzedażowe, - przestrzegania i egzekwowania ergonomii, fizjologii i higieny pracy w handlu, - przyjmowania odpowiedzialności związanej z wykonywaniem samodzielnych zadań sprzedażowych, - pracy w warunkach stałej koncentracji.	- stosowania polityki asortymentowej przedsiębiorstwa, - respektowania właściwej kultury komunikacji w relacjach ze współpracownikami i klientami, - ponoszenia odpowiedzialności za działania własne i zespołu pracowniczego związane z zarządzaniem sprzedażą, - dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z podległym pracownikom w zakresie technik sprzedaży, - akceptowania i stosowania nowych rozwiązań w zakresie sprzedaży, zorientowanych na podnoszenie poziomu świadczonych usług, - promowania elastyczności i kreatywności pracowników jako istotnych zasad pracy w handlu, - respektowania dyscypliny pracy i konieczności jej stosowania jako podstawy świadczenia usług na wysokim poziomie, - przestrzegania i egzekwowania ergonomii, fizjologii i higieny pracy w handlu, - przyjmowania odpowiedzialności związanej z wykonywaniem samodzielnych zadań sprzedażowych, - pracy w warunkach stałej koncentracji.	- promowania i wspierania pracowników w przestrzeganiu istotnych zasad pracy w handlu, - utrzymaniu właściwych relacji z kontrahentami, - dzielenia się wiedzą i doświadczeniem, - sprawowania opieki w zakresie realizacji sprzedaży, - promowania nowych rozwiązań w zakresie sprzedaży zorientowanych na podnoszenie poziomu świadczonych usług, - podnoszenia kwalifikacji związanych z zastosowaniem w handlu nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych, analitycznych oraz technik sprzedaży w zakresie własnych i podległych pracowników, - promowania i respektowania dyscypliny pracy jako podstawy świadczenia usług na wysokim poziomie, - uznawania konieczności podnoszenia własnych kompetencji, - pracy w warunkach stałej koncentracji i opaganowania związanych z koniecznością sprzeczenia wysokim oczekiwaniom klientów, - promowania i przestrzegania przepisów związanych z ergonomią, fizjologią i higieną pracy w sprzedaży, - przyjmowania odpowiedzialności związanej z zarządzaniem asortymentem towarowym i sprzedażą.	- inicjowania rozwoju polityki asortymentowej firmy, - wdrażania zasad elastyczności i kreatywności w handlu, - utrzymywania właściwych relacji z kontrahentami, związanych z zarządzaniem ofertą asortymentową, - dzielenia się wiedzą i doświadczeniem z podległym zespołem pracowniczym, - kształtowania nowych rozwiązań w zakresie sprzedaży zorientowanych na podnoszenie poziomu świadczonych usług, - podnoszenia własnych kwalifikacji i kwalifikacji podległych pracowników, które są związane z zastosowaniem w handlu nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) oraz technik sprzedaży, - promowania znaczenia ergonomii, fizjologii i higieny w handlu, - podejmowania decyzji w sytuacjach trudnych, - przyjmowania odpowiedzialności za skutki własnych decyzji.														
																	KIHP2 JEST GOTÓW DO	KIHP3 JEST GOTÓW DO	KIHP4 JEST GOTÓW DO	KIHP5 JEST GOTÓW DO	KIHP6 JEST GOTÓW DO	KIHP7 JEST GOTÓW DO								
																	Kontekst sektorowy													
																	ZDA	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.							
																								WIHP2 ZNA I ROZUMIE	WIHP3 ZNA I ROZUMIE	WIHP4 ZNA I ROZUMIE	WIHP5 ZNA I ROZUMIE	WIHP6 ZNA I ROZUMIE	WIHP7 ZNA I ROZUMIE	
																								EKSPORT – KONTEKST SEKTOROWY I						
																								ZDA	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.
WIHP2 ZNA I ROZUMIE	WIHP3 ZNA I ROZUMIE	WIHP4 ZNA I ROZUMIE	WIHP5 ZNA I ROZUMIE	WIHP6 ZNA I ROZUMIE	WIHP7 ZNA I ROZUMIE																									
EKSPORT – KONTEKST SEKTOROWY I																														
ZDA	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.																								
							WIHP2 ZNA I ROZUMIE	WIHP3 ZNA I ROZUMIE	WIHP4 ZNA I ROZUMIE	WIHP5 ZNA I ROZUMIE	WIHP6 ZNA I ROZUMIE	WIHP7 ZNA I ROZUMIE																		
							EKSPORT – KONTEKST SEKTOROWY I																							
							ZDA	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.	- w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu, - w zakresie kryteriów kształtowania asortymentu.																	
														WIHP2 ZNA I ROZUMIE	WIHP3 ZNA I ROZUMIE	WIHP4 ZNA I ROZUMIE	WIHP5 ZNA I ROZUMIE	WIHP6 ZNA I ROZUMIE	WIHP7 ZNA I ROZUMIE											
														EKSPORT – KONTEKST SEKTOROWY I																

EKSPORT – KONTEKST SEKTOROWY I	UMIĘTNOŚĆ			<ul style="list-style-type: none"> - w szerszym zakresie podstawy prawne eksportu i wymagany pakiet dokumentów, - w niezbędnym zakresie podstawy logistyki oraz zasad bezpieczeństwa i utrzymania jakości produktów, - zasady kierowania małym zespołem wysyłkowym i zasady spedycji. 	<ul style="list-style-type: none"> - zasady prawne przygotowania i realizacji eksportu. 	<ul style="list-style-type: none"> - mechanizmy korzyści komparatywnych oraz rolę konkurencji ze strony rodzimych i zewnętrznych konkurentów w rynku eksportowym, - w stopniu zaawansowanym aktualną wykładnię prawniczą, zarządzającą i ekonomiczną nt. przygotowania i realizacji eksportu oraz źródła podnoszenia kompetencji w tym zakresie. 		
	UMIĘTNOŚĆ	UIBP2 POTRAFI	UIBP3 POTRAFI	UIBPA POTRAFI	UIBPS POTRAFI	UIBP6 POTRAFI	UIBP7 POTRAFI	
				<ul style="list-style-type: none"> - kierować małym zespołem wysyłkowym, - wprowadzać zespół w realizację kontraktów, wypełnić i uzupełnić dokumenty towarzyste oraz zorganizować i utrzymać kontrolę nad realizacją dostawy, - kontrolować i dokumentować proste płatności i rozliczenia w ramach firmy i w firmach partnerskich (producent, logistyca itd.), - w porozumieniu z przełożonymi koordynować prace zespołu w kraju i za granicą, - odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem terminologii dotyczącej eksportu, - raportować do przełożonych. 	<ul style="list-style-type: none"> - organizować pracę nad planowaniem i przygotowaniem dostaw eksportowych, - współpracować z dostawcami, uwzględniając zmienne sytuacje rynkowe i zmiany stanów prawnych, - planować i uczestniczyć w zarządzaniu łańcuchem dostaw, - sprawnie uzupełniać zaawansowaną wiedzę prawną i ekonomiczną i wprowadzać ją do praktyki handlowej, - planować i wdrażać zadania dla zespołu eksportowego w powiązaniu z innymi działami i partnerami biznesowymi, - wzbogacać realizację zadań poprzez aktualizujące szkolenia i doskonalenie prac nad dokumentacją, - odbierać i formułować bardzo złożone i nietypowe wypowiedzi w języku obcym i prowadzić konwersację z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej eksportu. 	<ul style="list-style-type: none"> - przekazywać informacje z realizacji zadań zespołu eksportowego i innych zespołów, raportować na szczeblu strategicznym firmy, - sporządzać projekty kierunkowych i innowacyjnych decyzji o ekspozycji oraz rynku, - definiować i wykorzystywać przewagi konkurencyjne, - wdrażać skuteczne decyzje kierunkowe w sprawie sprzedaży eksportowej i ekspansji na rynku, - planować i realizować promocję eksportu, - przekazywać merytoryczne uzasadnienie tych czynności do przełożonych, - odbierać i formułować rozbudowane i wielowektowe wypowiedzi oraz prowadzić konwersację w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej eksportu. 		
				<ul style="list-style-type: none"> - osobistego prezentowania zachowań odpowiedzialnych i wymagania tego od współpracowników, - zachowania i prezentowania elastycznej postawy w podejmowaniu trudniejszych ról społecznych, - współdziałania oraz operatywności i decyzyjności w realizacji zadań eksportowych, - oceny siebie i współpracowników, - strzymaniu rzetelności w pracy oraz wzmocnia znaczenia dyscypliny i hierarchii w realizacji zadań. 	<ul style="list-style-type: none"> - przestrzegania i egzekwowania obowiązków w zespole eksportowym, - doskonalenia cech przywódczych, - ponoszenia odpowiedzialności i wymagania jej od innych, - oceny i umiactnia zasad i kryteriów oceny, - pracy w środowisku wielokulturowym, - integrowania w celu realizacji zadań handlowych sprzedawców i odbiorców. 	<ul style="list-style-type: none"> - kulturowania zasad właściwego postępowania na rynkach eksportowych, - upowszechniania wzorców właściwego postępowania w zawodzie handlowca w kontaktach z zagranicą, - nagradzania rozwoju osobistego podwładnych, zdobywania nowych umiejętności i podnoszenia kompetencji, - integrowania zespołu poprzez odwołania do odpowiedzialności i tworzenia wśród pracowników nowego samokontroli, - realizacji przywództwa inspirowanego i odpowiedzialnego. 		
				<ul style="list-style-type: none"> - KBI2 JEST GOTÓW DO 	<ul style="list-style-type: none"> - KBI3 JEST GOTÓW DO 	<ul style="list-style-type: none"> - KBI4 JEST GOTÓW DO 	<ul style="list-style-type: none"> - KBI5 JEST GOTÓW DO 	<ul style="list-style-type: none"> - KBI6 JEST GOTÓW DO
Kontekst sektorowy				EKSPONOWANIE TOWARÓW - KONTEKST SEKTOROWY I				
EKSPONOWANIE TOWARÓW - KONTEKST SEKTOROWY I	WIEDZA	<ul style="list-style-type: none"> - najbardziej podstawowe zasady zagospodarowania powierzchni handlowej oraz ekspozycje towarów i informacji o promocji, - elementarne techniki sprzedaży i metody dbania o estetykę ekspozycji, - najbardziej podstawowe zasady działania i posługiwania się urządzeniami używanymi do przemieszczania towarów. 	<ul style="list-style-type: none"> - podstawowe zasady zagospodarowania powierzchni handlowej oraz ekspozycje towarów i informacji o promocji, - podstawowe techniki sprzedaży, zasady i metody dbania o estetykę ekspozycji, - zasady działania i posługiwania się standardowymi urządzeniami używanymi do przemieszczania towarów, - procedury i normy BIP odnoszące się do przemieszczania i ekspozycji towarów. 	<ul style="list-style-type: none"> - w szerszym zakresie zasady zagospodarowania powierzchni handlowej oraz ekspozycje towarów i promocji, w tym zasady tworzenia ekspozycji na stronach internetowych, - typowe i często stosowane techniki sprzedaży, - zasady i metody dbania o estetykę ekspozycji, - typowe i często stosowane rozwiązania organizacyjne stosowane przy ekspozycji towarów, w tym realizacji promocji, - zasady działania i posługiwania się urządzeniami używanymi do przemieszczania towarów, - procedury i normy BIP odnoszące się do przemieszczania i ekspozycji towarów. 	<ul style="list-style-type: none"> - w szerokim zakresie zasady zagospodarowania powierzchni handlowej oraz ekspozycje towarów i promocji, w tym zasady tworzenia ekspozycji na stronach internetowych w innowacyjnych technologiach cyfrowych, - w szerokim zakresie techniki sprzedaży, - wybrane teorie i metody dbania o estetykę ekspozycji w oparciu o zasady etyki. 			
	UMIĘTNOŚĆ	UIBP2 POTRAFI	UIBP3 POTRAFI	UIBPA POTRAFI	UIBPS POTRAFI	UIBP6 POTRAFI	UIBP7 POTRAFI	
		<ul style="list-style-type: none"> - wyszukiwać, podsumowywać i oceniać proste informacje potrzebne do realizacji planu ekspozycji towarów, dostępne również w formie elektronicznej, - używać typowych urządzeń do przemieszczania towarów z uwzględnieniem wymogów bezpieczeństwa, - dbać o czystość i powierzone mienie oraz estetykę ekspozycji. 	<ul style="list-style-type: none"> - organizować pracę małego zespołu pracowniczego realizującego ekspozycje towarów i informacji o promocjach z uwzględnieniem wymogów bezpieczeństwa, - kontrolować i analizować plany ekspozycji towarów, - używać typowych urządzeń do przemieszczania towarów z uwzględnieniem wymogów bezpieczeństwa, - obsługiwać podstawowe narzędzia, wypełniać zadane instrukcje w procesie dbałości o czystość w sklepie i powierzone mienie oraz estetykę ekspozycji. 	<ul style="list-style-type: none"> - przygotowywać i korygować stosownie do okoliczności plany zagospodarowania powierzchni handlowej, - zachować czystość ekspozycji, dbać o powierzone mienie i estetykę ekspozycji, - kierować małym zespołem pracowniczym podczas realizacji zadań związanych z ekspozycją towarów, - wdrażać w przedsiębiorstwie nowości w zakresie ekspozycji towarów, - realizować według instrukcji politykę pomiędzy ekspozycją towarów a poziomem obsługi klienta, - odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące ekspozycji towarów. 	<ul style="list-style-type: none"> - opracowywać i realizować plan zagospodarowania powierzchni handlowej - opracowywać plany ekspozycji towarów, uwzględniając potrzeby klienta, współczesne trendy, cechy towaru i cele przedsiębiorstwa z zastosowaniem relatywne dobranych nowoczesnych technologii i metod prezentacji towarów, - przeprowadzać analizę efektywności prezentacji w kontekście sprzedaży z wykorzystaniem dobranych metod, - dokonywać korekt ekspozycji – dbać o powierzone mienie i estetykę ekspozycji, - dostrzegać związek pomiędzy ekspozycją towarów a poziomem obsługi klienta, - szkolić pracowników w zakresie zasad i technik ekspozycji towarów, - odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej ekspozycji towarów. 			
				<ul style="list-style-type: none"> - przestrzegania zasad etyki handlowej i współpracy społecznej według dostępnych regulaminów i instrukcji, - kontrolowania jakości własnej pracy z wykorzystaniem dostępnych narzędzi i procedur kontrolnych, - uwzględniania bezpośrednich oraz odroczonej w czasie, latwych do przewidzenia skutków sposobu realizacji ekspozycji i promocji, - działania zespołowego i przyjmowania odpowiedzialności związanej z realizowaną ekspozycją towarów. 	<ul style="list-style-type: none"> - przestrzegania zasad etyki handlowej i współpracy społecznej według dostępnych regulaminów i instrukcji, - rzetelnego kontrolowania jakości pracy zespołu z wykorzystaniem dostępnych narzędzi i procedur kontrolnych w zakresie ekspozycji towarów, - uwzględniania bezpośrednich oraz odroczonej w czasie, latwych do przewidzenia skutków sposobu realizacji ekspozycji i informacji o promocjach, - działania zespołowego i przyjmowania odpowiedzialności związanej z realizowaną ekspozycją towarów oraz z działaniami promocyjnymi. 	<ul style="list-style-type: none"> - przestrzegania w komunikacji wizualnej z klientami zasad etyki handlowej i współpracy społecznej, - kontrolowania jakości w zakresie ekspozycje towarów w kontekście zwiększenia komfortu zakupów, - działania w ramach zespołu oraz współdziałania z zespołami zakupów i sprzedaży, - promowania zasad etycznych w podległym zespole, - przyjmowania odpowiedzialności za pracę własną i małego zespołu związaną z realizacją ekspozycji towarów oraz działaniami promocyjnymi. 	<ul style="list-style-type: none"> - przestrzegania zasad etyki handlowej i współpracy społecznej w komunikacji wizualnej z klientami, - promowania zasad etycznych w toku działalności zawodowej w sektorze handlu, - kształtowania warunków dla innowacyjnych rozwiązań w zakresie ekspozycje towarów zorientowanych na zwiększenie komfortu zakupów, - samodzielnego działania oraz współdziałania z innymi działaniami przedsiębiorstwa w zorganizowanych warunkach, - przyjmowania odpowiedzialności związanej z ekspozycją towarów oraz działaniami promocyjnymi, - promocii permanentnego uczenia się branży handlowej. 	
				<ul style="list-style-type: none"> - KBI2 JEST GOTÓW DO 	<ul style="list-style-type: none"> - KBI3 JEST GOTÓW DO 	<ul style="list-style-type: none"> - KBI4 JEST GOTÓW DO 	<ul style="list-style-type: none"> - KBI5 JEST GOTÓW DO 	<ul style="list-style-type: none"> - KBI6 JEST GOTÓW DO
Kontekst sektorowy				SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA - KONTEKST SEKTOROWY II				
EKSPORT – KONTEKST SEKTOROWY I	UMIĘTNOŚĆ	<ul style="list-style-type: none"> - WIKP2 ZNA I ROZUMIE 	<ul style="list-style-type: none"> - WIKP3 ZNA I ROZUMIE 	<ul style="list-style-type: none"> - WIKP4 ZNA I ROZUMIE 	<ul style="list-style-type: none"> - WIKP5 ZNA I ROZUMIE 	<ul style="list-style-type: none"> - WIKP6 ZNA I ROZUMIE 	<ul style="list-style-type: none"> - WIKP7 ZNA I ROZUMIE 	
	KOMPETENCJE SPOŁECZNE		<ul style="list-style-type: none"> - podstawowe zasady i techniki prezentacji towarów, - specyficzne cechy oferowanych towarów, 	<ul style="list-style-type: none"> - narzędzia i urządzenia wykorzystywane w procesie sprzedaży bezpośredniej i oprogramowanie urządzeń sprzedażowych, - zasady sporządzania dokumentów sprzedaży, włącznie z dokumentami gwarancji i pochodnym, 	<ul style="list-style-type: none"> - w szerokim zakresie tendencje w preferencjach zakupowych klientów, - zasady poprawnej realizacji transakcji, oferta asortymentowa i rodzaje stosowanych cen oraz narzędzia komunikacji z klientem w tym techniki perswazji, 			

SPRZEDAŻ BEZPOŚREDNIA - KONTEKST SEKTOROWY K	WIEDZA		- w szerszym zakresie zasady wypełniania dokumentów sprzedaży i gwarancji za towar.	- techniki perswazji, - zasady etyki zawodu handlowca,	- przedsprzedażowe i posprzedażowe zasady budowania relacji z klientem, - zasady odpowiedzialności za szkody wyrządzone przez wadliwy towar,					
	UMIĘTNOŚCI	UMIP2 POTRAFI		UMIP3 POTRAFI	UMIP4 POTRAFI	UMIP5 POTRAFI	UMIP6 POTRAFI	UMIP7 POTRAFI		
			- nawiązywać relacje z klientem, - wypełniać typowe ankiety potrzeb klientów, - skutecznie zaprezentować ofertę, łącząc interes firmy z preferencjami klienta, - rozwiązywać proste typowe problemy w częściowo zmiennych warunkach, - formułować i odbierać proste wypowiedzi w języku obcym dotyczące sprzedaży bezpośredniej w handlu.	- posługiwać się środkami transportu, - obsługiwać mobilne urządzenia komunikacji i urządzenia służące sprzedaży, - skutecznie zaprezentować ofertę przedsiębiorstwa, łącząc interes firmy z preferencjami klienta, sfinalizować sprzedaż, - pozyskiwać kluczowe informacje o potrzebach klientów, - wykazywać przewagę oferty swojej firmy nad propozycją konkurentów, - dostosować strategię obsługi do profilu i zachowania klientów, - nawiązywać i budować relacje z klientem, - odbierać i formułować nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące sprzedaży bezpośredniej w handlu.	- kierować małym zespołem sprzedawców oraz realizować zadane plany sprzedażowe, - rozpatrywać i obsługiwać reklamacje, - skutecznie używać narzędzi marketingu (oferta asortymentowa, ceny, informacja, promocje) oraz wykorzystywać dostępne narzędzia sprzedaży, - organizować przekazanie towaru, dobrać metodę płatności oraz właściwe dokumenty, - organizować i prowadzić proces szkoleniowy, - odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii dotyczącej sprzedaży bezpośredniej w handlu.					
		KIIP2 JEST GOTÓW DO	KIIP3 JEST GOTÓW DO	KIIP4 JEST GOTÓW DO	KIIP5 JEST GOTÓW DO	KIIP6 JEST GOTÓW DO	KIIP7 JEST GOTÓW DO			
			- przestrzegania standardów obsługi klienta, - częściowo samodzielnego działania oraz współdziałania i oceniania działań związanych ze sprzedażą bezpośrednią swoją i zespołową realizowaną na podstawowym poziomie, - podejmowania odpowiedzialności za skutki tych działań.	- postępowania w procesie obsługi zapewniającego kompromis interesów klienta i firmy, - utrzymywania asertywnych relacji z klientami, - utrzymywania prawidłowych relacji w zespole oraz z klientami i partnerami biznesowymi, - planowania nad stresem związanym z obsługą różnych klientów pod presją czasu i radzenia sobie z trudnymi klientami i własnymi emocjami, - przestrzegania standardów obsługi klienta, - stosowania się do zasad prawa ochrony konkurencji i konsumenta, - oceniania działań swoich i osób, którymi kieruje, oraz przyjmowania odpowiedzialności za skutki działań własnych oraz zespołu.	- upowszechniania wzorców właściwej obsługi klienta, - promowania zasad etycznych w komunikacji z pracownikami, klientami i partnerami biznesowymi, - oceniania działań swoich i osób, którymi kieruje, - przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań.					
		Kontekst sektorowy								
		DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE – KONTEKST SEKTOROWY L	WIEDZA			DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE – KONTEKST SEKTOROWY L				
			UMIĘTNOŚCI	WILP2 ZNA I ROZUMIE	WILP3 ZNA I ROZUMIE	WILP4 ZNA I ROZUMIE	WILP5 ZNA I ROZUMIE	WILP6 ZNA I ROZUMIE	WILP7 ZNA I ROZUMIE	
					- podstawowe narzędzia promocyjne, - w szerszym zakresie fakty, zasady i zjawiska związane z informacją i promocją.	- poszerzony zbiór podstawowych faktów, umiarkowanie złożonych pojęć, teorii i zależności między nimi dotyczących promocji i informacji, - zasady tworzenia stron internetowych i ich pozycjonowania, - najnowsze trendy sprzedażowe, w tym w internecie, - konieczność stosowania nowoczesnych metod komunikacji z klientem, - potrzeby informacyjne klienta, - działania promocyjne – własne i partnerów handlowych, - istotę i znaczenie brandu oraz marki własnej.	- w szerokim zakresie specyfikę rynku sprzedaży internetowej oraz internetowe narzędzia promocji, - rolę narzędzi promocji i komunikowania się firmy z klientami, - najnowsze trendy sprzedażowe, w tym w internecie, - konieczność stosowania nowoczesnych metod komunikacji z klientem, - potrzeby informacyjne klienta, - działania promocyjne – własne i partnerów handlowych, - istotę i znaczenie brandu oraz marki własnej.	- w zaawansowanym stopniu zasady łączenia strategii marketingowych partnerów biznesowych, - zasady i narzędzia budowy wizerunku przedsiębiorstwa, - wpływ nastrojów społecznych i trendów na strategię komunikacji.	- w pogłębionym zakresie zasady i tworzenia strategii PR i marketingowych oraz możliwości ich wykorzystania, - szczegółowo rynek marketingu.	
				UIIP2 POTRAFI	UIIP3 POTRAFI	UIIP4 POTRAFI	UIIP5 POTRAFI	UIIP6 POTRAFI	UIIP7 POTRAFI	
				- wykonywać proste zadania informacyjno-promocyjne według instrukcji, - rozwiązywać proste problemy, - korzystać ze zorganizowanych form kształcenia, - odbierać i formułować proste wypowiedzi w języku obcym dotyczące działalności informacyjno-promocyjnych w handlu.	- praktycznie wykorzystywać narzędzia komunikowania się i promocji, w tym narzędzia informatyczne, - rozwiązywać nietypowe problemy związane z promocją i komunikacją, często w zmiennych warunkach, - korzystać ze zorganizowanych form kształcenia i dobrać je pod kontekst rozwoju w zakresie promocji, - formułować i odbierać nieskomplikowane wypowiedzi w języku obcym dotyczące szerokiego zakresu działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.	- identyfikować typy klientów i stosować odpowiednią strategię informacyjno-promocyjną w handlu i e-handlu, - wykorzystywać trendy w działaniach informacyjno-promocyjnych oraz wykorzystywać dane z systemów informacyjnych, - wykonywać zadania bez instrukcji w przewidywalnych warunkach rynkowych, - rozwiązywać nieoczywiste i nietypowe problemy w zmiennych warunkach realizacji zadań, - odbierać i formułować złożone wypowiedzi w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii w zakresie działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.	- wykorzystywać efekty public relations, - innowacyjnie wykonywać zadania z zakresu działań innowacyjno-promocyjnych, - tworzyć kanały komunikacji przy użyciu zaawansowanych technik informacyjnych ICT (od ang. information and communication technologies), - wykorzystywać przekaz marketingowy partnera biznesowego do własnej polityki sprzedażowej, - wykorzystywać narzędzia komunikacji dla budowy wizerunku przedsiębiorstwa, - wdrażać strategię wsparcia promocyjnego sprzedaży towarów i informacyjnego klientów, - wykorzystywać relacje z otoczeniem dla budowy pozycji przedsiębiorstwa na rynku, - odbierać i formułować rozbudowane i wielowektowe wypowiedzi oraz prowadzić konwersację w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii w zakresie działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.	- przygotowywać i wdrażać influencjng plans w sytuacji zagrożenia kupna i sprzedaży, - wykorzystywać marki własne dla budowy wizerunku przedsiębiorstwa, podniesienia konkurencyjności pozycji firmy na rynku, - monitorować efekty pracy zespołu, - wykorzystywać relacje z otoczeniem dla budowy pozycji przedsiębiorstwa na rynku, - tworzyć autorskie strategie wsparcia promocyjnego i informacyjnego sprzedaży towarów, - inicjować pomysły, realizować i oceniać efekty pod kątem rozwoju sprzedaży, - samodzielnie planować rozwój własny oraz podległego zespołu, - odbierać i formułować rozbudowane i wielowektowe wypowiedzi oraz prowadzić konwersację w języku obcym z uwzględnieniem specjalistycznej terminologii w zakresie działalności informacyjno-promocyjnej w handlu.		
KIIP2 JEST GOTÓW DO	KIIP3 JEST GOTÓW DO			KIIP4 JEST GOTÓW DO	KIIP5 JEST GOTÓW DO	KIIP6 JEST GOTÓW DO	KIIP7 JEST GOTÓW DO			
	- działania informacyjno-promocyjne oraz współdziałania w zorganizowanych warunkach według zadanych instrukcji, pod nadzorem, - oceny działań własnych i podejmowania odpowiedzialności za skutki tych działań, - autonomicznego działania oraz współdziałania w zorganizowanych warunkach, - oceniania działań swoich oraz zespołu nadzorowanego, - przyjmowania odpowiedzialności za skutki działań własnych oraz nadzorowanego zespołu.			- komunikowania się z zespołem i współpracę z innymi działami, - umiejętności nawiązywania kontaktów, - autonomicznego działania oraz współdziałania w zorganizowanych warunkach, - oceniania działań swoich oraz zespołu nadzorowanego, - przyjmowania odpowiedzialności za skutki działań własnych oraz nadzorowanego zespołu.	- samodzielnego działania oraz współdziałania z innymi, kierowania między innymi zespołem, - przestrzegania norm, zasad i przepisów obowiązujących w komunikacji z klientem, gwarantujących rzetelność udzielanych informacji, - świadomego rozwijania wzorców etycznego postępowania w procesach promocji towarów i firmy oraz komunikacji z klientami, - przyjmowania odpowiedzialności za skutki działań własnych i nadzorowanego zespołu.	- wzmocnienia i upowszechniania wzorców właściwego postępowania w środowisku handlowym i poza nim, - promowania kreatywności w zakresie promocji towarów, w tym wynikających z zastosowania nowoczesnych technologii komunikowania się z klientem, - krytycznej oceny działań i ponoszenia odpowiedzialności za pracę własną i zespołu.	- tworzenia i rozwijania wzorców właściwego postępowania w środowisku pracy, - podejmowania inicjatyw, - promowania zasady etyki w marketingu, - przewidziania w grupie i ponoszenia odpowiedzialności za wyniki pracy własnej i zespołu, - upowszechniania identyfikacji i przedsiębiorstwem.			
Kontekst sektorowy										
	WILP2			WILP3	DOKUMENTACJA SPRZEDAŻY I KONTROLING – KONTEKST SEKTOROWY M			WILP6	WILP7	

