

Wymagania edukacyjne – Biznes i zarządzanie – klasa II

Temat lekcji	Ocena dopuszczająca Uczeń:	Ocena dostateczna Uczeń potrafi to, co na ocenę dopuszczającą oraz:	Ocena dobra Uczeń potrafi to, co na ocenę dostateczną oraz:	Ocena bardzo dobra Uczeń potrafi to, co na ocenę dobrą oraz:	Ocena celująca Uczeń potrafi to, co na ocenę bardzo dobrą oraz:
Ryzyko inwestycyjne	• rozumie, że inwestowanie wiąże się z ryzykiem, które można oszacować • rozróżnia ryzyko systematyczne od niesystematycznego • wyjaśnia, w jakim celu przeprowadza się ankietę MiFID	• charakteryzuje na przykładach ryzyko systematyczne i niesystematyczne • omawia profile inwestycyjne klientów • wyjaśnia metody i sposoby ograniczania ryzyka inwestycyjnego	• dostrzega i wskazuje wszystkie czynniki, które wpływają na ryzyko systematyczne i niesystematyczne • wie i rozumie, jaki rodzaj inwestycji najlepiej pasuje do profilu inwestycyjnego klienta	• wskazuje mocne i słabe strony omówionych sposobów ograniczenia ryzyka • omawia wzajemne zależności między poszczególnymi rodzajami ryzyka • szacuje siłę poszczególnych rodzajów ryzyka	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • samodzielnie wykonuje analizę MiFID i interpretuje uzyskane wyniki • ocenia częstotliwość i prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka systematycznego i niesystematycznego
Strategie inwestycyjne. Plan systematycznego oszczędzania	• wyjaśnia pojęcia: strategia inwestycyjna oraz plan systematycznego oszczędzania • zna i wskazuje różnice oraz podobieństwa między inwestowaniem a oszczędzaniem • zna główne zasady oszczędzania	• wskazuje czynniki, które wpływają na wybór strategii inwestowania • wymienia rodzaje strategii inwestycyjnych i planów systematycznego oszczędzania • dostrzega poziom ryzyka, jaki towarzyszy wybranym formom inwestowania i oszczędzania	• zna strategie inwestycyjne i potrafi je omówić na przykładach • wskazuje na różnice w poszczególnych formach oszczędzania • oblicza należny zysk z lokaty bankowej i konta oszczędnościowego	• dokonuje analizy porównawczej wszystkich form inwestowania i oszczędzania • omawia długoterminowe korzyści, związane z inwestowaniem i oszczędzaniem	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • interpretuje znaczenie kapitalizacji odsetek, horyzontu inwestycyjnego oraz wielkości zainwestowanego kapitału do zysku i poziomu ryzyka
Instrumenty rynku pieniężnego	• wie, że na rynku finansowym przeprowadza się transakcje gotówkowe i bezgotówkowe	• wskazuje, które przykłady instrumentów rynku pieniężnego są dostępne dla inwestorów	• wskazuje wady i zalety poszczególnych instrumentów rynku pieniężnego	• wyjaśnia na przykładach kryteria podziału instrumentów rynku finansowego	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku

	przedstawia przykłady instrumentów rynku pieniężnego	indywidualnych i instytucjonalnych • zna podstawowe zasady nabywania poszczególnych instrumentów	• dopasowuje wybrany instrument do określonego typu inwestora indywidualnego lub instytucjonalnego	• ocenia ich poziom ryzyka oraz porównuje z innymi instrumentami finansowymi, np. lokatami i obligacjami skarbowymi	• omawia konsekwencje nadpłynności sektora bankowego • wyjaśnia, jakie znaczenie dla funkcjonowania banków i innych instytucji finansowych mają instrumenty rynku pieniężnego
Fundusze inwestycyjne	• zna podział funduszy • wie i rozumie, na czym polega działalność funduszy inwestycyjnych • dostrzega, że z inwestowaniem w fundusze, niezależnie od ich typu, wiąże się ryzyko systematyczne lub niesystematyczne	• rozumie, że fundusze są alternatywą dla bezpiecznych lokat i ryzykownego samodzielnego inwestowania, np. w akcje • omawia podstawowe kryteria podziału funduszy inwestycyjnych • wskazuje, że jednostka uczestnictwa nie jest papierem wartościowym	• omawia poziom ryzyka oraz sposób podziału alokowanych środków w poszczególne fundusze inwestycyjne • wie, jakie czynniki mają wpływ na wartość jednostek uczestnictwa i koszt zakupu jednostek	• wskazuje, jakie typy funduszy są wskazane dla poszczególnych profili inwestycyjnych klientów • wskazuje wady i zalety oraz ograniczenia poszczególnych typów funduszy	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • potrafi oszacować całkowity koszt inwestycji w poszczególne typy funduszy i ich wartość w przyszłości • wyjaśnia, na czym polega możliwość optymalizacji podatkowej w przypadku inwestowania za pośrednictwem funduszy
Instrumenty rynku kapitałowego	• zna pojęcie rynku kapitałowy i wskazuje, że jest on częścią rynku finansowego • wyjaśnia, czym akcje różnią się od obligacji • wie, że instrumenty pochodne wiążą się z dużym ryzykiem	• zna podział rynku ze względu na strony transakcji i stopień regulacji • dokonuje podziału papierów wartościowych dostępnych na rynku kapitałowym • wie i rozumie, jak działa mechanizm dźwigni finansowej	• wskazuje najważniejsze wady i zalety inwestowania w poszczególne typy papierów wartościowych • wie i rozumie, że w przypadku inwestowania mamy do czynienia z ceną nominalną, emisyjną i rynkową	• wskazuje wszystkie uprawnienia akcjonariuszy i obligatariuszy • omawia czynniki, wpływające na zmiany cen papierów wartościowych • dokonuje obliczeń wartości przykładowego prawa poboru i prawa do akcji	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • wyjaśnia, jakie czynniki powinien brać pod uwagę inwestor, zajmując pozycję krótką lub długą w kontraktach terminowych • dokonuje analizy porównawczej

			• szacuje poziom ryzyka, związany z poszczególnymi inwestycjami • określa poziom ryzyka, związany z działaniem dźwigni finansowej		wszystkich typów papierów wartościowych i przedstawia rekomendacje dla inwestorów w zależności od poziomu ich wiedzy, akceptacji ryzyka, horyzontu inwestycji, wielkości alokowanych środków i innych czynników
Zasady nabywania instrumentów finansowych	• wie, że akcje można kupić na rynku pierwotnym i wtórnym, a obligacje skarbowe za pośrednictwem banków PKO BP i PEKAO SA • rozumie, że aby samodzielnie inwestować, należy założyć rachunek w domu maklerskim • wskazuje przynajmniej po jednym przykładzie pułapek inwestycyjnych oraz błędów poznawczych inwestorów	• wskazuje na różnice między kupowaniem a zapisywaniem się na akcje oraz między kupnem obligacji korporacyjnych a skarbowych • wskazuje cechy i postawy inwestora, które mogą zarówno wpłynąć na jego sukces inwestycyjny, jak i ryzyko utraty części lub całości środków finansowych	• wie, i krok po kroku wyjaśnia, jak zacząć samodzielnie inwestować na giełdzie • wskazuje podstawowe wady i zalety inwestowania w akcje, obligacje i za pośrednictwem funduszy inwestycyjnych • przedstawia koszty wybranych form inwestycji	• wie i rozumie, jaki wpływ na wartość papierów wartościowych oraz zysk lub stratę mogą mieć różne typy zleceń ich kupna lub sprzedaży • wyjaśnia psychologiczne uwarunkowania błędów poznawczych najczęściej popełnianych przy zakupie papierów wartościowych	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • uwzględnia, analizuje i porównuje inne niż wyłącznie cenowe czynniki wpływające na decyzje o nabyciu papierów wartościowych, np. poziom dywidendy, płynność akcji itp. • dokonuje analizy porównawczej poszczególnych ofert kupna papierów wartościowych
Alokacja środków w instrumenty finansowe. Metody wyboru akcji przez inwestorów giełdowych	• wie, że alokacja ma równoważyć portfel inwestycyjny zgodnie z celem, tolerancją ryzyka i horyzontem inwestycyjnym • podaje elementy profilu inwestycyjnego	• omawia cztery czynniki, z których jest zbudowany profil inwestycyjny • rozróżnia analizę techniczną od analizy fundamentalnej	• przedstawia na przykładach cztery czynniki, z których jest zbudowany profil inwestycyjny • omawia cele zrównoważonego finansowania i ich	• porównuje i interpretuje korzyści i wyzwania, związane z korzystaniem z wielu metod wyboru akcji • analizuje poszczególne wskaźniki giełdowe np. wskaźnik C / Z	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • porównuje zrównoważone finanse z klasycznymi formami inwestycyjnymi i wyjaśnia przyczyny ich

	• wie, że są różne metody wybierania akcji przez inwestorów giełdowych • podaje definicję zrównoważonych finansów	• wie, w jakim celu są sporządzane rekomendacje giełdowe • omawia na przykładzie dowolną formę zrównoważonych finansów	znaczenie dla inwestorów, jak i podmiotów emitujących, np. zielone obligacje	• ocenia poziom ryzyka instrumentów finansowych w ramach zrównoważonych finansów	rosnącej popularności oraz skutki dla całego rynku finansowego
Analiza ogólnych warunków ubezpieczenia (OWU)	• wie, że do każdej umowy ubezpieczeniowej muszą zostać dołączone OWU lub tzw. karta produktu • wie, że nie ma uniwersalnego OWU i na jego treść wpływa wiele czynników, np. rodzaj ubezpieczenia • rozumie, że potwierdzeniem zawarcia umowy jest polisa	• podaje trzy wytyczne dla OWU • dostrzega znaczenie takich pojęć, jak: wyłączenie lub ograniczanie odpowiedzialności • wskazuje, jakie najważniejsze elementy, czyli tzw. warunki OWU, powinny zostać zawarte w OWU	• wskazuje sytuacje, w których mogą mieć miejsce wyłączenia i ograniczania odpowiedzialności • omawia na przykładach różnicę między OWU a kartą produktu • wyjaśnia najważniejsze różnice zawarte w OWU dla przykładowych typów ubezpieczeń, np. ubezpieczenia na życie i ubezpieczeń turystycznych	wyjaśnia, na jakich zasadach pobiera się składki ubezpieczeniowe i wypłaca ewentualne odszkodowania • ocenia zasadność wyłączenia i ograniczenia odpowiedzialności • szczegółowo analizuje poszczególne warunki przykładowych OWU i rozumie zawarte w nich pojęcia • zna terminy i procedury związane z wypłatą odszkodowania oraz odstępowaniem od zawartej umowy ubezpieczeniowej	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • rozumie i wyjaśnia, na jakich zasadach zmienia się wysokość składki ubezpieczeniowej, wynikająca z jej indeksacji • wskazuje czynniki, które są adekwatne do ochrony ubezpieczeniowej • dostrzega i rozumie, które zapisy w OWU mogą być niezrozumiałe lub niejednoznaczne dla klienta i wie, co w takiej sytuacji należy zrobić
Wpływ podatków na gospodarkę kraju, przedsiębiorstwa i gospodarstwa domowe	• zna podstawowe funkcje i cechy podatków • rozumie, że przestrzeganie zasad podatkowych ma wpływ na gospodarkę i budżet państwa	• opisuje cztery główne funkcje podatków w gospodarce • wymienia przykładowe zasady podatkowe • rozumie, że wysokość opodatkowania w inny sposób oddziałuje na konsumentów, przedsiębiorców i państwo	• opisuje i charakteryzuje zasady podatkowe • wyjaśnia na przykładach, jak obieg podatków wpływa na poszczególne podmioty gospodarcze	• ocenia zasadność stosowanych zasad podatkowych • wyjaśnia zależności między niskimi i wysokimi stopami opodatkowania oraz omawia przyczyny i skutki ekonomiczne i społeczne wzrostu bądź spadku konkretnych podatków, np. podatku VAT	• wyjaśnia i argumentuje, czy klasyczne zasady podatkowe Smitha mają zastosowanie we współczesnych gospodarkach w erze globalizacji • wymienia i ocenia sposoby i narzędzia,

					jakimi państwo realizuje politykę fiskalną • wskazuje dodatkowe ważne pojęcia związane z podatkami, takie jak np. progresywność i liniowość oraz dzień wolności podatkowej wraz z jego interpretacją
Ochrona konsumenta na rynku usług finansowych	• wymienia najważniejsze instytucje wspierające klienta na rynku finansowym • rozumie sens kampanii edukacyjnych i informacyjnych • wie, że w każdej sytuacji nieprawidłowości może złożyć reklamację	• wskazuje podstawowe funkcje i zadania instytucji ochronnych i nadzorujących rynek finansowy • omawia główne cele kampanii edukacyjnych i informacyjnych • wie, co powinna zawierać reklamacja	• wyjaśnia różnice między mediacjami i postępowaniem arbitrażowym i wie, w jakich przypadkach można z nich skorzystać • samodzielnie sporządza prostą reklamację do hipotetycznej sytuacji • wie, dlaczego należy reagować na niewłaściwe praktyki na rynku finansowym	• ocenia zasadność i efektywność przeprowadzanych kampanii edukacyjnych i informacyjnych • rozumie i wie, jak należy postępować, w przypadku odrzucenia reklamacji składanej przez klienta • dostrzega przyczyny i skutki, jakie powstają w wyniku działania np. piramidy finansowej	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • wskazuje przykłady współpracy poszczególnych instytucji i rekomenduje działania, które mogłyby dodatkowo zwiększyć bezpieczeństwo klienta na rynku usług finansowych
Rynek pracy	• wie i rozumie, kiedy mamy do czynienia z rynkiem pracownika, a kiedy z rynkiem pracodawcy • wymienia podstawowe mierniki rynku pracy • rozumie, że państwo może stosować różne metody aktywne i pasywne łącznie, aby poprawić sytuację na rynku pracy	• wyjaśnia na prostych przykładach, co oznaczają pojęcia: popyt na pracę i podaż pracy • wymienia przykładowe czynniki wpływające na popyt na pracę i podaż pracy • podaje wzory na podstawowe mierniki rynku pracy • podaje przykłady konkretnych działań państwa w zakresie	• wyjaśnia, na czym polega w teorii równowaga na rynku pracy • omawia szczegółowo większość czynników wpływających na rynek pracy • dokonuje prostych obliczeń, korzystając z mierników rynku pracy i interpretuje wyniki	• ocenia i uzasadnia, jak na rynek pracy wpływa podnoszenie płacy minimalnej czy tzw. drenaż mózgów • wskazuje na postawy obywateli względem pracy, analizuje ich przyczyny i omawia skutki, odnosząc się do realnych przykładów z gospodarki • wskazuje, dlaczego niskie bezrobocie może oddziaływać pozytywnie i	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • ocenia, które z działań państwa w zakresie zwalczania bezrobocia jest najskuteczniejsze i uzasadnia swój punkt widzenia, odnosząc się do weryfikowalnych źródeł

		zwalczenia bezrobocia lub przeciwdziałania mu	wskazuje funkcje i znaczenie podstawowych instytucji rynku	negatywnie na postawy i zachowania ludzi oraz całą gospodarkę	
Rynek pracy – rozpoznanie własnego potencjału dla rynku pracy	- wskazuje pięć rodzajów głównych potrzeb w piramidzie Maslowa - wie, że koncepcja uczenia się przez całe życie jest coraz powszechniejsza - rozumie, że wolontariat oraz inne formy zdobywania doświadczenia zawodowego są dobrze postrzegane na rynku pracy	- podaje przykłady motywacji pozytywnej i negatywnej - wie, gdzie i jak umieścić w CV informacje o praktykach, stażach i wolontariacie - wskazuje podstawowe różnice i podobieństwa między praktykami zawodowymi a stażami i praktykami absolwenckimi	- podaje sposoby wykorzystywania piramidy potrzeb Maslowa przez pracodawców organizujących stanowiska pracy - wymienia działania, jakie może podjąć człowiek, aby rozwinąć swój potencjał zawodowy i elastyczniej dostosować się do zmieniających się warunków na rynku pracy - wyjaśnia, jakie korzyści wolontariat daje wolontariuszowi i organizacji, w której działa	- omawia szczegółowo koncepcję uczenia się przez całe życie i podaje konkretne przykłady, jak zwiększa to szanse kandydata na rynku pracy - omawia prawne aspekty wolontariatu oraz samodzielnie przygotowuje analizę SWOT działalności w wolontariacie	- samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku - omawia zasadność stosowania określonego systemu motywacyjnego i wskazuje na jego umocowanie w piramidzie Maslowa oraz jej rozbudowanej wersji
Metody poszukiwania pracy. Proces rekrutacji	- podaje definicje aktywnych i pasywnych metod poszukiwania pracy - wie, że proces rekrutacyjny jest uzupełniony o proces	- podaje przykłady aktywnych i pasywnych metod poszukiwania pracy - wskazuje różnice i podobieństwa między rekrutacją wewnętrzną i zewnętrzną - podaje przykład niestandardowej metody rekrutacyjnej - wie, że najpopularniejszą formą	- ocenia zasadność i efektywność stosowanych metod aktywnych i pasywnych - wskazuje wady i zalety rekrutacji zewnętrznej i wewnętrznej oraz wie, kto i w jakim zakresie je prowadzi - wyjaśnia motywy, dla których niektórzy	- ocenia efektywność niestandardowych metod rekrutacyjnych - wyjaśnia, jakie znaczenie dla pracodawcy i pracownika ma tzw. preboarding - uzasadnia i argumentuje, który z etapów rekrutacyjnych jest najtrudniejszy dla	- samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku - wskazuje cechy i umiejętności oraz znaczenie pracy tzw. headhuntera w odniesieniu do przykładowych branż, zawodów czy specjalizacji

		procesu selekcji jest rozmowa kwalifikacyjna	pracodawcy decydują się na niestandardowe metody rekrutacyjne i omawia je na prostych przykładach • podaje inne, niż rozmowa kwalifikacyjna, metody selekcji pracowników	pracownika, a który dla pracodawcy	
Rozwój przez wolontariat	• wskazuje przykładowe obszary, którymi zajmuje się wolontariat • wyjaśnia, czym jest karta etyczna wolontariusza	• zna podstawowe aspekty prawne wolontariatu • rozumie sens, znaczenie i zasadność funkcjonowania karty etycznej wolontariusza • wyjaśnia różnice i podobieństwa między wolontariatem szkolnym i pracowniczym • wie i rozumie, kto i na jakich zasadach wystawia zaświadczenie o wolontariacie	• podaje cechy, kompetencje oraz postawy wymagane w poszczególnych obszarach wolontariatu • wie, rozumie i wyjaśnia krok po kroku, jak rozpocząć działalność w wolontariacie • analizuje poszczególne zapisy w karcie etycznej wolontariusza i ocenia ich zasadność • podaje konkretne przykłady wolontariatu szkolnego i pracowniczego	• samodzielnie przygotowuje własną kartę etyczną wolontariusza • analizuje i wyjaśnia poszczególne punkty umowy o współpracy • wskazuje przykładowe korzyści, jakie przynoszą konkretne rodzaje wolontariatu pracowniczego	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • podaje na realnych przykładach, jakie efekty daje wolontariat, jakie kompetencje rozwija, w jaki sposób wzmacnia CV lub portfolio wolontariusza • proponuje przykłady możliwych do realizacji akcji w ramach wolontariatu szkolnego i samodzielnie opracowuje plan ich realizacji w klasie, w szkole lub poza szkołą
Formy zatrudnienia	• wymienia formy zatrudnienia wynikające z Kodeksu Pracy i Kodeksu Cywilnego • wymienia metody rozwiązywania umowy o pracę • wie, że różne formy zatrudnienia dają określone	• omawia różnice i podobieństwa między trzema głównymi rodzajami umów o pracę • podaje przykłady informacji, jakie powinny się zawsze znaleźć w umowie o pracę	• wskazuje konkretne wady i zalety poszczególnych typów umów • wie, jakie obowiązują okresy wypowiedzenia poszczególnych typów umów	• wie i rozumie, dlaczego umowa o pracę na czas nieokreślony jest najbezpieczniejszą formą zatrudnienia • dostrzega, że każda forma zatrudnienia wiąże się z określonymi kosztami dla pracodawcy i pracownika	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • wyjaśnia różnice między godzinami ponadwymiarowymi i nadliczbowymi • ocenia zasadność stosowanych form

	prawa i korzyści, ale mają również ograniczenia i wady	wskazuje podstawową różnicę między umową zlecenie i umową o dzieło oraz między umowami agencyjnymi a kontraktem menadżerskim	omawia na konkretnych przykładach sposoby rozwiązywania umów o pracę	- samodzielnie czyta ze zrozumieniem wszystkie elementy umowy o pracę - wyjaśnia, w jakich sytuacjach stosowane są określone formy zatrudnienia	zatrudnienia z punktu widzenia pracodawcy, branży, specjalizacji i charakteru pracy
Systemy i formy wynagradzania. Obliczanie wynagrodzeń	- wymienia główne systemy wynagradzania - wie i rozumie, że płaca netto to płaca brutto pomniejszona o różne formy obciążeń - wie, że wielkość kosztów pracy jest powiązana z formą zatrudnienia pracownika	- wyjaśnia różnice i podobieństwa między różnymi systemami wynagradzania - wskazuje przykładowe koszty pracy z tytułu umowy o pracę - zna podstawowe stawki podatkowe oraz ulgi podatkowe, które mają wpływ na wielkość wynagrodzenia	- wskazuje, w jakich branżach i zawodach dany system jest najczęściej stosowany - oblicza wynagrodzenie w systemie akordowym i prowizyjnym oraz zna zasady naliczania wynagrodzenia z tytułu umowy o pracę - wymienia wszystkie koszty pracy - wskazuje aspekty prawne związane z dokonywaniem wypłaty wynagrodzenia	- ocenia zasadność poszczególnych systemów wynagradzania - dostrzega powiązanie systemu wynagradzania z formą zatrudnienia oraz rodzajem branży czy wykonywanym zawodem - samodzielnie oblicza wynagrodzenie do hipotetycznej sytuacji, uwzględniającej różne ulgi, np. ulgę podatkową dla osób poniżej 26. roku życia	- samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku - dokonuje analizy porównawczej poszczególnych systemów wynagradzania z punktu widzenia pracodawcy, pracownika oraz wpływów do budżetu państwa z tytułu składek ubezpieczeniowych i podatków - wie, jakie znaczenie dla gospodarki ma wysokość tzw. klina podatkowego
Kodeks etyki w przedsiębiorstwie	- podaje przykłady etyki zawodowej w konkretnych branżach - wie i rozumie, czym jest mobbing i dlaczego należy z nim	- podaje przykłady kodeksów etyki - zna prawne uregulowania w Kodeksie Pracy dotyczące mobbingu - wie, że na mobbing trzeba zawsze reagować i podaje przykład antymobbingowego działania pracownika i pracodawcy	- wymienia i opisuje na przykładach znaczenie poszczególnych kodeksów etycznych i branżowych - wymienia obszary, na które pozytywnie może wpłynąć kodeks etyczny - wie, jakie działania może podjąć pracownik i pracodawca w sytuacji, kiedy w miejscu pracy występuje mobbing	- omawia przyczyny i skutki mobbingu z punktu widzenia pracodawcy, pracownika i wizerunku całego przedsiębiorstwa - ocenia efektywność działań podjętych przez pracodawcę i pracowników w ramach walki z mobbingiem	- samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku - wskazuje znaczenie etyki zawodowej w budowaniu przewag konkurencyjnych przedsiębiorstw

Typy przedsiębiorstw	• wyjaśnia, czym charakteryzuje się przedsiębiorstwo • wie, że firmy dzielą się na prywatne i publiczne oraz produkcyjne, handlowe i usługowe • rozumie, że istnieje wiele form organizacyjnych przedsiębiorstw w Polsce • definiuje, czym jest przedsiębiorstwo społeczne	• wyjaśnia różnice między przedsiębiorstwami prywatnymi i publicznymi oraz produkcyjnymi, handlowymi i usługowymi • wymienia nazwy wszystkich form organizacyjnych przedsiębiorstw w Polsce oraz wie, jak firmy dzielą się ze względu na wielkość • wie i rozumie, w jakim celu tworzone są przedsiębiorstwa społeczne	• prezentuje dane liczbowe dotyczące zatrudnienia oraz przychodów w klasyfikacji przedsiębiorstw ze względu na wielkość • rozumie i wyjaśnia różnice między JDG a spółkami osobowymi i kapitałowymi • zna kryteria oraz warunki, które musi spełnić przedsiębiorstwo społeczne	• wskazuje, który rodzaj działalności ze względu na formę organizacyjnoprawną jest wskazany w wybranym rodzaju działalności produkcyjnej, handlowej lub usługowej • przedstawia wady i zalety każdej z form przedsiębiorstw • wymienia podstawy prawne wszystkich form organizacyjnych przedsiębiorstw w Polsce	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • omawia wszystkie typy przedsiębiorstw i wskazuje ich realne odpowiedniki w funkcjonującym otoczeniu ekonomicznym • wyjaśnia powody, dla których najpopularniejszą formą ze względu na wielkość są mikroprzedsiębiorstwa • analizuje wybór formy przedsiębiorstwa przez pryzmat kosztów, rentowności, posiadanego doświadczenia i kapitału
Startup. Szablon tworzenia modelu biznesowego	• wie, że startupy to innowacyjne przedsięwzięcia biznesowe lub społeczne • rozumie, że każdy startup powinien działać na bazie modelu biznesowego i propozycji wartości	• wymienia cechy charakterystyczne startupów • podaje nazwy modeli biznesowych i krótko je opisuje	• omawia poszczególne bloki w koncepcji Business Model Canvas (BMC) • podaje przykłady najważniejszych informacji, jakie powinny zostać zaprezentowane w koncepcji Value Proposition Canvas (VPC)	• samodzielnie przygotowuje szablon modelu biznesowego na podstawie BMC i VPC • podaje przykłady działalności gospodarczej, które ze względu na swoją innowacyjność w zakresie produktu, obsługi klienta mogą być przykładami startupów • wyjaśnia różnicę między fuzją a przejęciem	• omawia na przykładach główne bariery i problemy, na jakie może natrafić właściciel startupu, wdrażając omawiane w podręczniku modele biznesowe • wskazuje przykłady realizowanych przedsięwzięć, które stosują omawiane

					modele i ocenia ich efektywność
Biznesplan	• wie, w jakim celu sporządza się biznesplan • wie, co mierzy próg rentowności i podaje definicję kosztów stałych i zmiennych	• omawia na przykładach cele wewnętrzne i zewnętrzne biznesplanu • wymienia główne elementy (punkty) biznesplanu • rozumie różnice między ilościowym i wartościowym progiem rentowności oraz podaje przykłady kosztów stałych i zmiennych	• omawia wszystkie elementy biznesplanu • samodzielnie oblicza próg rentowności w ujęciu ilościowym i wartościowym do podawanych przykładów • wyjaśnia, co oznaczają skróty, takie jak PKD, PKWiU, REGON, NIP i gdzie w biznesplanie należy o nich wspomnieć	• samodzielnie przygotowuje biznesplan prostego przedsięwzięcia biznesowego • dostrzega fundamentalne znaczenie wizji i misji przedsiębiorstwa oraz planu marketingowego i finansowego firmy • interpretuje wyniki przykładowych obliczeń wskaźników rentowności	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • wskazuje błędy, jakie może popełnić przedsiębiorca przygotowujący biznesplan • wskazuje i uzasadnia, które elementy biznesplanu są kluczowe dla np. banku przy udzielaniu kredytu na prowadzenie działalności gospodarczej
Analiza otoczenia przedsiębiorstwa	• dostrzega różnicę między makro i mikrootoczeniem przedsiębiorstwa • wie i rozumie, że czynniki te ulegają zmianom i przedsiębiorca musi się do tych zmian adaptować • wymienia nazwy analizy PETSEL i koncepcji 5 sił Portera i wskazuje, jakiego rodzaju otoczenia dotyczą	• wymienia i krótko opisuje sześć czynników makrootoczenia oraz charakteryzuje 5 sił Portera • wie i rozumie, że uzupełnieniem analizy PETSEL i koncepcji 5 sił Portera jest analiza SWOT	• wyjaśnia znaczenie siły oddziaływania i prawdopodobieństwa wydarzenia w analizie PETSEL • wie i rozumie, co należy zrobić, aby przeprowadzić analizę makrootoczenia • wskazuje znaczenie poszczególnych sił w koncepcji Portera • przygotowuje prostą analizę SWOT własnego potencjału oraz konkurencji	• samodzielnie przygotowuje analizę PETSEL do wybranego przykładu działalności • dokonuje analizy SWOT innych obszarów działalności, np. przewidywanej przyszłej konkurencji w danej branży	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • rekomenduje podjęcie konkretnych działań dla bohaterów omawianego w podręczniku przykładu • wskazuje ograniczenia związane z przygotowaniem analizy PETSEL, takie jak np. pojawienie się tzw. czarnych łabędzi
Analiza profilu klienta	• wie, że narzędziami najczęściej stosowanymi w określaniu grupy docelowej	• wyjaśnia różnicę między profilem idealnego klienta a personą zakupową	• omawia zasady sporządzania profilu	• wskazuje zastosowanie w praktyce profilu idealnego	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku

	i rozpoznawaniu jej potrzeb są profil idealnego klienta oraz persona zakupowa • wskazuje na różnicę między ankietami i wywiadami • formułuje przykładowe pytania do ankiet i wywiadów	• wskazuje obszary i badane cechy idealnego klienta • podaje przykładowe tematy rozmów z klientami • omawia rodzaje pytań zamieszczanych w ankietach i wskazuje na znaczenie raportu końcowego • podaje przykłady wywiadów i zna podstawowe zasady konstruowania wywiadu z klientem	idealnego klienta oraz persony zakupowej • samodzielnie przygotowuje prostą ankietę i wywiad bezpośredni • zna i rozumie rodzaje wywiadów omawiane w podręczniku pod kątem wybranej metodologii	kandydata i persony zakupowej • dostrzega wady i zalety pytań zamkniętych i otwartych, zadawanych w czasie ankiet i wywiadów • przeprowadza ankietę i wywiad, interpretuje ich wyniki i przedstawia je w formie rap	• szczegółowo analizuje i porównuje efektywność różnych narzędzi pozyskiwania danych o klientach • dostrzega i analizuje wpływ czynników z makro i mikrootoczenia, które wpływają na postawy, preferencje i zachowania grupy docelowej
Wstępna koncepcja produktu. Propozycja wartości	• wymienia podstawowe informacje, które zakłada koncepcja produktu • wie i rozumie, że proponowane wartości produktu muszą być dla klienta proste i zrozumiałe	• wyjaśnia, w jaki sposób funkcjonuje koncepcja MVP (Minimum Viable Product) i wymienia nazwy alternatywnych koncepcji MAP (Minimum Awesome Product) i SLC (Simple, Lovable, Complete) • wie i rozumie, co powinna zawierać propozycja wartości	• wie i rozumie, co może zyskać początkujący przedsiębiorca, korzystając z koncepcji MVP • omawia pozostałe koncepcje produktu, MAP i SLC • wskazuje korzyści, jakie daje propozycja wartości	• podaje przykłady zastosowania poszczególnych koncepcji w konkretnych przykładach działalności gospodarczej • dostrzega i wyjaśnia znaczenie produktów w wersji demo czy o charakterze próbek i prototypów w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • wskazuje z uzasadnieniem, która koncepcja jest ekonomicznie i wizerunkowo najbardziej efektywna w przypadku konkretnych rodzajów produktów, w określonych warunkach budżetowych • interpretuje i analizuje, w jakim kierunku może podążać firma po zastosowaniu omawianych koncepcji
Przewaga konkurencyjna	• zna definicję pojęcia przewaga konkurencyjna	wie, że przewagi konkurencyjne buduje się w	• omawia poszczególne rodzaje i źródła przewag konkurencyjnych	• analizuje na przykładach konkretnych produktów lub usług efektywność	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku

	• podaje przykład rodzaju oraz źródła przewagi konkurencyjnej • wie i rozumie, że budowanie przewag konkurencyjnych jest czasochłonnym procesem, składającym się z wielu etapów	określonym czasie i segmencie rynku • wymienia wszystkie rodzaje i źródła przewag konkurencyjnych • wskazuje cztery etapy budowania przewagi konkurencyjnej	• przedstawia konkretne działania, jakie powinien podjąć przedsiębiorca, aby zbudować swoje przewagi konkurencyjne	poszczególnych rodzajów i źródeł przewag konkurencyjnych • wyjaśnia, jak budowanie przewagi konkurencyjnej wpływa na reputację przedsiębiorstwa	• ocenia siłę wpływu poszczególnych czynników z makroi i mikrootoczenia na budowanie przewag konkurencyjnych • podaje przykłady udanych i nieudanych prób budowania przewag konkurencyjnych i wskazuje przyczyny sukcesów lub porażek omawianych przedsięwzięć biznesowych lub społecznych
. Struktura zarządzania przedsiębiorstwem. Stanowisko pracy	• wskazuje cztery etapy zarządzania • zna trzy grupy umiejętności kierowniczych • wie i rozumie, że struktura organizacyjna przedsiębiorstwa jest zmienna i zależy od wielkości przedsiębiorstwa oraz rodzaju działalności gospodarczej • podaje przykład dowolnej struktury organizacyjnej firmy • wie, że projektowanie stanowiska pracy jest procesem, rozłożonym na kilka etapów • wyjaśnia pojęcie zakres obowiązków pracownika i	• omawia każdy z etapów zarządzania oraz wskazuje na podstawowe cechy i umiejętności techniczne, społeczne i koncepcyjne kierowników • wskazuje nazwy wszystkich struktur organizacyjnych oraz elementów tworzących strukturę organizacyjną • wymienia etapy projektowania stanowiska pracy oraz definiuje pojęcie karta opisu stanowiska • wie i rozumie, czemu służy opis stanowiska pracy • zna i rozumie kierunki przepływu informacji w przedsiębiorstwie	• wyjaśnia i uzasadnia, na jakim szczeblu zarządzania najbardziej pożądane są umiejętności odpowiednio: techniczne, społeczne i koncepcyjne • wskazuje podstawowe wady i zalety poszczególnych struktur zarządzania • wyjaśnia znaczenie ergonomii, bezpieczeństwa i higieny pracy, zrównoważonego rozwoju, kultury organizacyjnej, robotyzacji i automatyzacji dla projektowania stanowiska pracy	• samodzielnie przygotowuje schemat organizacyjny przykładowego przedsięwzięcia biznesowego lub społecznego • samodzielnie opracowuje wzór karty opisu stanowiska pracy • omawia poszczególne punkty planu komunikacji wewnętrznej przedsiębiorstwa • przedstawia i omawia wszystkie elementy struktury komunikacji wewnętrzne	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • analizuje i argumentuje zasadność stosowania wszystkich omawianych struktur organizacyjnych w przykładowych rodzajach działalności gospodarczej • krytycznie ocenia i wprowadza poprawki do przygotowanego schematu organizacyjnego przykładowej firmy • analizuje opracowany wzór stanowiska pracy i wprowadza ewentualne korekty i usprawnienia

	dostrzega znaczenie komunikacji wewnętrznej w firmie		• wie i rozumie, czym jest i jakie ma znaczenie plan komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie		wskazuje zależności między konkretnymi umiejętnościami kierowniczymi a budowaniem struktury organizacyjnej, projektowaniem stanowiska pracy i efektywnym zarządzaniem komunikacją wewnętrzną w firmie
Zarządzanie zasobami ludzkimi	• wie i rozumie, że zasoby ludzkie, obok zasobów materialnych i finansowych, są ważnym czynnikiem wpływającym na przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa • wymienia podstawowe składniki wynagrodzenia • rozumie, że składniki pozamaterialne mogą być ważnym czynnikiem motywacyjnym dla pracownika • dostrzega znaczenie sprawiedliwego oceniania i zarządzania pracownikami	• podaje obszary, które wchodzi w skład zarządzania zasobami ludzkimi • wskazuje przykładowe czynniki, które wpływają na wielkość wynagrodzenia • omawia przykładowe składniki wynagrodzenia • wskazuje cechy dobrego systemu wynagradzania • zna i rozumie podstawowe cele oceniania pracownika oraz wymienia przykładowe metody oceny pracownika • wymienia przykładowe zasady efektywnego zarządzania zasobami ludzkimi	• wie, na czym polega spójność zarządzania zasobami ludzkimi ze strategią biznesową przedsiębiorstwa • omawia przykładowe pozapłacowe narzędzia motywacyjne i ocenia ich znaczenie dla motywacji pracownika • omawia metody oceny pracownika i wskazuje ich podstawowe wady i zalety • wskazuje cechy i kompetencje, jakie powinien mieć lider zespołu	• wie i rozumie, które składniki wynagrodzenia są obligatoryjne, a które uznaniowe i jak wpływają one na motywację do pracy • samodzielnie przygotowuje projekt oceny pracownika według dowolnej, omówionej w podręczniku metody • wskazuje, które zasady zarządzania zasobami ludzkimi mają największe znaczenie dla pracowników	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • samodzielnie opracowuje system motywacji dla przykładowego stanowiska pracy wraz z uzasadnieniem dobranych narzędzi • wskazuje, które metody oceniania pracowników sprawdzają się w określonych branżach i zawodach • omawia na przykładach możliwe i najczęściej popełniane błędy przez osoby zarządzające zasobami ludzkimi

Ustalanie wynagrodzeń	• rozumie pojęcia regulamin wynagrodzenia i taryfikator wynagrodzenia • wie, że wynagrodzenie brutto jest obciążone obligatoryjnymi odliczeniami • dostrzega i rozumie różnice między poszczególnymi obligatoryjnymi odliczeniami • rozumie, kto i na jakich zasadach, płaci zaliczkę na podatek dochodowy od osób fizycznych	• wyjaśnia, które czynniki i w jakim stopniu wpływają na kształt wynagrodzenia • wskazuje różnice między regulaminem i taryfikatorem wynagrodzenia • wskazuje przykładowe uprawnienia, jakie dają poszczególne ubezpieczenia społeczne i ubezpieczenie zdrowotne • zna i rozumie formułę obliczenia zaliczki na podatek dochodowy od osób fizycznych	• omawia funkcje regulaminu i taryfikatora wynagrodzenia • podaje wysokość składek na ubezpieczenia społeczne, ubezpieczenie zdrowotne i fundusze pozaubezpieczeniowe • wskazuje wszystkie elementy, które muszą zostać uwzględnione podczas obliczania wynagrodzenia	• ocenia, w jaki sposób regulamin i taryfikator wynagrodzenia wpływają na motywację pracownika oraz wskazuje najważniejsze zasady sporządzania regulaminu i taryfikatora wynagrodzenia • wyjaśnia, w jakim stopniu obligatoryjne odliczenia wpływają na wysokość wynagrodzenia netto i jaki jest sens takich odliczeń • samodzielnie oblicza wynagrodzenie netto z przykładowego wynagrodzenia brutto	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • wskazuje zależności między systemem wynagrodzenia a formą zatrudnienia i ocenia ich wzajemną efektywność z punktu widzenia pracownika i pracodawcy • ocenia zasadność innego naliczania wynagrodzenia w przypadku osób pracujących w szczególnych warunkach lub wykonujących pracę o szczególnym charakterze
Zarządzanie operacyjne i procesy produkcyjne	• podaje przykłady działań, które wchodzi w skład zarządzania operacyjnego • rozumie, jakie znaczenie dla prawidłowego przebiegu procesu produkcyjnego ma odpowiedni plan oraz przestrzeganie zasad ergonomii oraz bezpieczeństwa i higieny pracy	• wymienia obszary zarządzania operacyjnego oraz wie, że zarządzanie procesami produkcyjnymi to ważny element zarządzania operacyjnego • wskazuje na korzyści, jakie daje przedsiębiorstwu prawidłowy proces produkcyjny • wymienia przykładowe wewnętrzne przepisy i normy prawne funkcjonujące w przedsiębiorstwie	• omawia na przykładach poszczególne obszary zarządzania operacyjnego • wymienia i omawia elementy zarządzania procesem produkcyjnym • podaje przykłady zasobów wejściowych i wyjściowych oraz wskazuje najważniejsze punkty procesu produkcyjnego • podaje przykłady zasad ergonomii oraz bezpieczeństwa i higieny pracy na przykładowych	• wskazuje zależności między poszczególnymi obszarami zarządzania operacyjnego a wybranymi elementami zarządzania procesami produkcyjnymi na konkretnych przykładach • omawia cechy charakterystyczne zasobów wejściowych, wyjściowych i procesu produkcyjnego oraz wyjaśnia na konkretnym przykładzie, jak działa model procesu wytwórczego	• wymienia cechy, postawy i kompetencje niezbędne i pożądane do efektywnego zarządzania operacyjnego oraz zarządzania produkcją • wskazuje i uzasadnia, który z obszarów zarządzania operacyjnego jest organizacyjnie i technicznie najbardziej wymagający dla kierowników i pracowników • przygotowuje i przedstawia layout

			stanowiskach produkcyjnych	• samodzielnie przygotowuje mapę procesu wytwarzania dowolnego produktu	produkcji dowolnego produktu • wskazuje na konkretne zagrożenia i niebezpieczeństwa, wynikające z niewłaściwego layoutu produkcji oraz błędnie zapisanych zasobów wejściowych
Instrumenty i działania marketingowe	• wymienia wszystkie elementy koncepcji marketing mix w wersji 4xP • wie i rozumie, że działania marketingowe to czynności, które promują produkt, budują markę i wizerunek oraz relacje z klientami • podaje przykład dowolnego, współcześnie stosowanego narzędzia marketingowego	• omawia wszystkie elementy koncepcji marketing mix w wersji 4xP • wie, jak skorzystać z koncepcji marketing mix przy planowaniu prostych działań marketingowych przedsiębiorstwa • omawia wybrane przykłady współczesnych narzędzi marketingowych	• przygotowuje prosty plan marketingowy na podstawie koncepcji marketing mix dowolnego produktu lub usługi • omawia szczegółowo etapy działań marketingowych i wskazuje ich zasadność oraz właściwą kolejność działań • proponuje konkretne narzędzia marketingowe wraz z uzasadnieniem ich użycia do przygotowanego planu marketingowego	• wyjaśnia, w jaki sposób dobrze przygotowany plan działań marketingowych pozwala skutecznie budować przewagę konkurencyjną przedsiębiorstwa • wskazuje przykłady współczesnych narzędzi marketingowych stosowanych w praktyce biznesowej i ocenia ich efektywność w odniesieniu do przykładowych grup docelowych	• samodzielnie analizuje i interpretuje przykłady podane w podręczniku • wskazuje zastosowanie rozbudowanej koncepcji marketing mix, tzw. 7xP, w konkretnych rodzajach działalności gospodarczej • samodzielnie przygotowuje rozbudowany plan marketingowy przedsiębiorstwa na bazie koncepcji 7xP

Opracowanie na podstawie wydawnictwa WSiP