



## **Przykładowy program nauczania do umiejętności dodatkowej (DUZ) dla zawodu technik ogrodnik 314205**

### **Marketing i sprzedaż produktów żywności ekologicznej**

**Oś priorytetowa II.** Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji

**Działanie 2.15** Kształcenie i szkolenie zawodowe dostosowane do potrzeb zmieniającej się gospodarki

**Konkurs nr** POWR.02.15.00-IP.02-00-001/21 Opracowanie programów nauczania do umiejętności dodatkowych dla zawodów (DUZ) – II Etap (DUZ II)

**PUBLIKACJA BEZPŁATNA**  
**2022**

## Spis treści

<b>1. Założenia ogólne</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Założenia organizacyjne</b> .....	<b>5</b>
2.1. Liczba godzin przewidzianych na realizację programu .....	5
2.2. Wymagania kwalifikacyjne osób prowadzących zajęcia.....	5
2.3. Wyposażenie dydaktyczne.....	7
2.4. Wymagania wobec osób kształconych zgodnie z programem dodatkowej umiejętności zawodowej .....	8
<b>3. Cele kształcenia dodatkowej umiejętności zawodowej</b> .....	<b>9</b>
<b>4. Wykaz efektów kształcenia dodatkowej umiejętności zawodowej oraz kryteriów weryfikacji</b> .....	<b>10</b>
<b>5. Plan nauczania dodatkowej umiejętności zawodowej – Marketing i sprzedaż żywności ekologicznej</b> .....	<b>12</b>
<b>6. Program nauczania przedmiotów wyodrębnionych w ramach dodatkowej umiejętności zawodowej</b> .....	<b>14</b>
6.1. Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej.....	14
6.2. Marketing żywności ekologicznej .....	22
<b>7. Ewaluacja program nauczania dodatkowej umiejętności zawodowej</b> ...	<b>35</b>
7.1. Obszary ewaluacji .....	35
7.2. Przykładowe narzędzia ewaluacji.....	41
<b>8. Wykaz proponowanej literatury</b> .....	<b>47</b>
8.1. Podręczniki i publikacje naukowe.....	47
8.2. Witryny internetowe.....	47

## 1. Założenia ogólne

Żywność ekologiczna produkowana jest w gospodarstwach, które wytwarzają ją według ściśle określonych zasad.

Zgodnie z przepisami w gospodarstwach ekologicznych produkcja żywności odbywa się według precyzyjnie określonych zasad, czyli z dbałością o środowisko, zwłaszcza wodę i glebę, z dbałością o dobrostan zwierząt, a także utrzymania różnorodności biologicznej roślin i zwierząt. W powszechnym rozumieniu, jest to produkcja zdrowej żywności metodami naturalnymi, bez „chemii”. Produkty ekologiczne muszą posiadać odpowiednie certyfikaty unijne nadane przez jednostkę certyfikującą<sup>1</sup>.

Produkty ekologiczne mają specjalne oznakowanie, między innymi posiadają unijne logo, tzw. Euro liść oraz numer identyfikacyjny jednostki, która kontroluje i wydaje certyfikat. Taka adnotacja musi znaleźć się również na dowodzie sprzedaży, aby nabywca miał gwarancję, co do jakości produktu. Wtedy konsument może być pewny, że dana żywność została wyprodukowana zgodnie z zasadami i wymogami rolnictwa ekologicznego, a produkty mają znacznie wyższą wartość odżywczą w porównaniu do żywności produkowanej konwencjonalnie. Żywność ekologiczna ma również swoją cenę - jest znacznie droższa od tej wytworzonej konwencjonalnie.

Marketing stanowi niezbędny element strategii rozwoju rolnictwa ekologicznego, gdyż istnieje wiele trudnień zmniejszających konkurencyjność tego rynku (wyższa cena zbytu, rozdrobnienie produkcji i spożycia, krótka przydatność produktów do spożycia). Podstawą programu skutecznych działań marketingowych powinna być specjalna jakość (ekologiczna). Orientacja marketingowa w gospodarstwie wiąże się z dobrze zorganizowaną planową produkcją prowadzoną na zamówienie (wskazane umowy kontraktacyjne) i zgodnie z potrzebami odbiorców<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> <https://modr.pl/promocja-i-sprzedaz-produktow-rolnictwa-ekologicznego/strona/sprzedaz-produktow-ekologicznych-oraz>

<sup>2</sup> Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie. Polityki Europejskie, Finanse i Marketing 2010 | nr 3 (52) | 160-169  
Instrumenty marketingu w rolnictwie ekologicznym Chotkowski Jacek, Czerwińska Małgorzata



Producenci ekologiczni sprzedają wytworzone produkty głównie na rynku lokalnym. Stąd produkty w pewnej części sprzedawane są konsumentom bezpośrednio w gospodarstwie. Podobnie wskazany jest rozwój dostaw bezpośrednich do gospodarstw domowych.

Zaproponowana dodatkowa umiejętność zawodowa wpływa z potrzeb rynku. Rozszerza efekty kształcenia zawarte w podstawie programowej kształcenia w zawodzie technik ogrodnik. Została potwierdzona rekomendacjami pracodawców w ramach przeprowadzonych konsultacji i zaproponowanych DUZ.

## **2. Założenia organizacyjne**

### **2.1. Liczba godzin przewidzianych na realizację programu**

Podstawa programowa kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego w zawodzie technik ogrodnik obejmuje dwie kwalifikacje:

OGR.02. Zakładanie i prowadzenie upraw ogrodniczych

OGR.05. Planowanie i organizacja prac ogrodniczych

Wskazany zestaw efektów uczenia się w ramach niniejszego programu dodatkowych umiejętności zawodowych zaplanowano na minimum:

- Liczba godzin – 60
- Czas trwania – dwa semestry

Czas realizacji programu dodatkowej umiejętności zawodowej wynosi dwa semestry.

Zajęcia powinny odbywać się w grupach do 8 osób, z podziałem na zespoły 2-osobowe. Zaleca się również samodzielne wykonywanie przez uczniów, ćwiczeń symulujących zadania zawodowe.

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem różnych form pracy aktywizujących uczniów np. praca w grupach.

### **2.2. Wymagania kwalifikacyjne osób prowadzących zajęcia**

Wymagania kwalifikacyjne osób prowadzących zajęcia w ramach dodatkowej umiejętności zawodowej określają przepisy w sprawie szczegółowych kwalifikacji wymaganych od nauczycieli. Szczegółowe wymagania osób prowadzących zajęcia to:

- ukończone studia pierwszego stopnia na kierunku (specjalności) zgodnym z nauczaniem przedmiotem oraz posiadanie przygotowania pedagogicznego lub
- studia pierwszego stopnia na kierunku, którego efekty kształcenia, obejmują treści nauczanego przedmiotu, wskazane w podstawie programowej dla tego przedmiotu, oraz posiadanie przygotowania pedagogicznego.

Osoba prowadząca zajęcia w ramach dodatkowej umiejętności zawodowej powinna:

- posiadać ukończone studia na wydziale ogrodnictwo, lub rolnictwo, lub produkcja i marketing żywności, lub marketing produktów spożywczych czy towaroznawstwo i marketing żywności,
- posiadać przygotowanie pedagogiczne.

Ponadto może to być:

- pracodawca z zakresu ogrodnictwa, który posiada uprawnienia instruktora praktycznej nauki zawodu;
- pracodawca z branży ogrodnictwa posiadający niezbędną wiedzę teoretyczną i doświadczenie w zakresie produkcji, marketingu i sprzedaży żywności ekologicznej

lub

- pracodawca z branży rolno-spożywczej posiadający niezbędną wiedzę teoretyczną i doświadczenie w zakresie prowadzenia upraw ekologicznych, sprzedaży żywności pochodzącej z upraw ekologicznych oraz marketingu produktów żywnościowych.

Wykładowcy: osoby posiadające wiedzę teoretyczną z zakresu szkolenia.

Instruktorzy: osoby prowadzące zajęcia praktyczne, posiadające kwalifikacje w zakresie ogrodnictwa.

W uzasadnionych przypadkach w szkole, która realizuje dodatkową umiejętność zawodową może być, za zgodą kuratora oświaty zatrudniona osoba niebędąca nauczycielem, posiadająca przygotowanie uznane przez dyrektora szkoły za odpowiednie do prowadzenia zajęć. Osobę, zatrudnia się na zasadach określonych w ustawie z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks pracy (Dz. U. z 2018 r. poz. 917, z późn. zm.), z tym że do tej osoby stosuje się odpowiednio przepisy dotyczące tygodniowego obowiązkowego wymiaru godzin zajęć edukacyjnych nauczycieli oraz ustala się jej wynagrodzenie nie wyższe niż 184% kwoty bazowej, określanej dla nauczycieli corocznie w ustawie budżetowej. Organy prowadzące szkoły mogą

upoważniać dyrektorów szkół, w indywidualnych przypadkach, do przyznawania wynagrodzenia w wyższej wysokości.

### **2.3. Wyposażenie dydaktyczne**

#### **Opis infrastruktury pracowni**

- a) usytuowanie stanowiska
  - stanowiska dydaktyczne powinny znajdować się w sali usytuowanej w pobliżu sali do zajęć praktycznych, wskazane w tym samym budynku.
  - wielkość i inne wymagania dotyczące pomieszczenia lub innego miejsca, w którym znajduje się stanowisko;
  - wielkość pomieszczenia, liczba i usytuowanie stanowisk, sposób wykończenia podłóg, sufitów, ścian, okien i drzwi zgodna z przepisami prawa w zakresie wymagań: budowlanych, bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej oraz sanitarno-epidemiologicznych.
  - minimalna powierzchnia (kubatura) niezbędna dla pojedynczego stanowiska;
  - stanowisko o powierzchni dostosowanej do zasad ergonomii i zapewniające uczniom swobodę ruchu wystarczającą do wykonywania pracy w sposób bezpieczny.
- b) wyposażenie stanowiska w niezbędne media z określeniem ich parametrów
  - punkty zasilania w energię elektryczną z napięciem 230 V z zabezpieczeniem przeciwporażeniowym oraz wyłącznikami bezpieczeństwa na stanowiskach oraz centralnym wyłącznikiem bezpieczeństwa,
  - instalacja ogrzewcza,
  - wentylacja grawitacyjna,
  - oświetlenie dzienne z dodatkowo możliwością oświetlenia światłem sztucznym,
  - szerokopasmowe łącze internetowe.

#### **Pracownia organizowania i prowadzenia sprzedaży wyposażona w:**

- stanowisko komputerowe dla nauczyciela z dostępem do internetu i drukarką sieciową, skanerem lub urządzeniem wielofunkcyjnym oraz

Przykładowy program nauczania do umiejętności dodatkowej (DUZ)  
dla zawodu technik ogrodnik

- z projektorem multimedialnym i/lub tablicą interaktywną lub monitorem interaktywnym,
- pakiet programów biurowych, oprogramowanie do obsługi sprzedaży i gospodarki magazynowej,
  - stanowiska komputerowe dla uczniów (jedno stanowisko dla jednego ucznia),
  - stanowiska prowadzenia sprzedaży (jedno stanowisko dla dwóch uczniów),
  - urządzenia do rejestrowania sprzedaży, urządzenia do przechowywania, eksponowania, transportu i znakowania towarów, atrapy towarów, materiały do pakowania towarów, przyrządy do kontroli jakości i warunków przechowywania towarów oraz do określania masy i wielkości towarów;
  - druki dokumentów dotyczących organizacji i prowadzenia sprzedaży, katalogi towarów, instrukcje obsługi urządzeń itp.

## **UWAGA**

**Zaleca się aby kształcenie w ramach dodatkowej umiejętności zawodowej odbywało się w rzeczywistych warunkach pracy. Może odbywać się w pracowniach zawodowych, u pracodawcy lub w centrum kształcenia zawodowego.**

### **2.4. Wymagania wobec osób kształconych zgodnie z programem dodatkowej umiejętności zawodowej**

Dla realizacji programu dodatkowej umiejętności zawodowej Marketing i sprzedaż produktów żywności ekologicznej – wymagane jest osiągnięcie efektów kształcenia zawartych w podstawie programowej kształcenia w zawodzie technik ogrodnik w zakresie kwalifikacji OGR.02. Zakładanie i prowadzenie upraw ogrodniczych. Podstawa programowa kształcenia w zawodach szkolnictwa branżowego w zawodzie technik ogrodnik obejmuje dwie kwalifikacje:  
OGR.02. Zakładanie i prowadzenie upraw ogrodniczych  
OGR.05. Planowanie i organizacja prac ogrodniczych



### **3. Cele kształcenia dodatkowej umiejętności zawodowej**

Absolwent szkoły prowadzącej kształcenie w zawodzie technik ogrodnik w zakresie dodatkowej umiejętności zawodowej Marketing i sprzedaż produktów żywności ekologicznej jest przygotowany do realizacji zadań zawodowych:

1. organizowania i prowadzenia działań handlowych żywności ekologicznej,
2. organizowanie i prowadzenie działań marketingowych żywności ekologicznej.

#### 4. Wykaz efektów kształcenia dodatkowej umiejętności zawodowej oraz kryteriów weryfikacji

Do wykonywania zadań zawodowych w zakresie dodatkowej umiejętności zawodowej niezbędne jest osiągnięcie niżej wymienionych efektów kształcenia:

<b>Efekty kształcenia</b>	<b>Kryteria weryfikacji</b>
<b>Uczeń:</b>	<b>Uczeń:</b>
1. analizuje akty prawne regulujące sprzedaż żywności ekologicznej	<ul style="list-style-type: none"> <li>– identyfikuje akty prawne regulujące sprzedaż w tym sprzedaż internetową żywności ekologicznej</li> <li>– stosuje przepisy prawa dotyczące ochrony danych osobowych wynikające z prawa Unii Europejskiej</li> <li>– określa zakres odpowiedzialności sprzedawcy wobec konsumenta w zakresie świadczonych usług</li> <li>– określa zakres odpowiedzialności sprzedawcy wobec konsumenta w zakresie sprzedawanego towaru</li> <li>– wyjaśnia zasady przestrzegania przepisów prawa dotyczących ochrony danych osobowych w sklepie w tym w sklepie internetowym</li> <li>– opisuje elementy regulaminu sklepu w tym sklepu internetowego</li> </ul>
2. aktualizuje ofertę towarową	<ul style="list-style-type: none"> <li>– stosuje normy, certyfikaty i aprobaty stosowane w produkcji żywności ekologicznej</li> <li>– wprowadza towary do sprzedaży</li> <li>– sprawdza stany magazynowe</li> <li>– utrzymuje kontakt z dostawcami w zakresie pozyskiwania informacji o towarze</li> <li>– aktualizuje opis towarów w zakresie składu produktu ekologicznego, jego unikatowych cech, zasad przechowywania, terminu przydatności do spożycia oraz oferty cenowej</li> </ul>
3. dba o pozytywny wizerunek sklepu	<ul style="list-style-type: none"> <li>– tworzy bazę klientów i dostawców</li> <li>– przestrzega zasad dotyczących utrzymywania kontaktu z klientami i dostawcami</li> <li>– sprawdza opinie klientów o sklepie</li> </ul>
4. realizuje działania marketingowe	<ul style="list-style-type: none"> <li>– analizuje rynek pod kątem trendów w zdrowym odżywianiu oraz oferty firm produkujących i sprzedających żywnością ekologiczną</li> <li>– stosuje zasady marketingu żywności ekologicznej, jako narzędzie kształtowania świadomości konsumenta</li> <li>– organizuje działania promocyjne związane z rozpowszechnianiem żywności ekologicznej</li> </ul>

<b>Efekty kształcenia</b>	<b>Kryteria weryfikacji</b>
<b>Uczeń:</b>	<b>Uczeń:</b>
5. obsługuje klientów sklepu	<ul style="list-style-type: none"> <li>– przyjmuje zamówienia klientów</li> <li>– przestrzega zasad dotyczących komunikacji telefonicznej i mailowej</li> <li>– reaguje na problemy zgłaszane przez klientów</li> <li>– udziela klientom szczegółowych informacji o składzie i właściwościach żywności ekologicznej</li> <li>– udziela klientom wszelkich informacji związanych z realizacją zamówień</li> <li>– sprawdza ustalone przez klienta warunki zamówienia, np. sposób płatności, adres wysyłki</li> <li>– przygotowuje towar do wysyłki</li> <li>– przygotowuje dokumenty sprzedaży</li> <li>– zabezpiecza towar przed wysyłką</li> <li>– pakuje towar zgodnie z ustalonymi standardami</li> <li>– przestrzega zasad przekazywania przesyłek przedsiębiorstwom przewozowym</li> </ul>

## 5. Plan nauczania dodatkowej umiejętności zawodowej – Marketing i sprzedaż żywności ekologicznej

Plan nauczania dodatkowej umiejętności zawodowej (DUZ) zredagowany w formie tabeli zawartej w Regulaminie.

Nazwa przedmioty/zajęć	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Uwagi o realizacji
Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej	Bezpieczeństwo i higiena pracy przy organizowaniu sprzedaży żywności ekologicznej	1	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej	Formy i techniki sprzedaży żywności ekologicznej	2	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej	Zamawianie żywności ekologicznej	2	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej	Magazynowanie żywności ekologicznej	4	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej	Przygotowanie żywności ekologicznej do sprzedaży	6	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
Marketing żywności ekologicznej	Analiza rynku żywności ekologicznej	2	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy

<b>Nazwa przedmioty/zajęć</b>	<b>Tematy jednostek metodycznych</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Uwagi o realizacji</b>
Marketing żywności ekologicznej	Zachowania konsumentów na rynku żywności ekologicznej	4	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
Marketing żywności ekologicznej	Marketing mix żywności ekologicznej	3	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
Marketing żywności ekologicznej	Cena i dystrybucja żywności ekologicznej	2	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
Marketing żywności ekologicznej	Promocja i reklama żywności ekologicznej	2	Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni
	Plan marketingowy		Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
	Marketing pośredni i bezpośredni żywności ekologicznej		Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy
	Sprzedaż towarów żywności ekologicznej z zastosowaniem działań marketingowych		Ćwiczenia praktyczne, zajęcia praktyczne w pracowni zawodowej, CKP lub u pracodawcy

## **6. Program nauczania przedmiotów wyodrębnionych w ramach dodatkowej umiejętności zawodowej**

### **Wykaz przedmiotów nauczania:**

1. Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej
2. Marketing żywności ekologicznej

### **6.1. Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej**

#### **Cele ogólne przedmiotu**

1. kształtowanie umiejętności rozpoznawania grup towarowych żywności ekologicznej oraz znaków towarowych.
2. przygotowanie do korzystania z norm towarowych i jakościowych dotyczących żywności ekologicznej
3. rozwijanie umiejętności udzielania informacji klientowi na temat cech jakościowych sprzedawanej żywności ekologicznej
4. poznanie zasad organizowania zaopatrzenia i przyjmowania dostaw towarów, sprawdzania towarów pod względem ilościowym i jakościowym, magazynowania towarów, zabezpieczenia przed uszkodzeniem, zniszczeniem i kradzieżą.
5. kształtowanie umiejętności wykonania czynności związanych z przygotowaniem do sprzedaży i wydania żywności ekologicznej,
6. kształtowanie umiejętności dbania o czystość i estetykę miejsca pracy przy organizowaniu sprzedaży żywności ekologicznej,
7. kształtowanie umiejętności przyjmowania reklamacji zakupionych towarów,
8. kształtowanie umiejętności przyjmowania i rejestrowania zamówień na towary.
9. przygotowanie uczniów do obsługi klientów w różnych formach sprzedaży.
10. kształtowanie umiejętności prowadzenia rozmowy sprzedażowej.

11. przygotowanie uczniów do wspierania klientów w wyborze towaru oraz informowania o walorach sprzedawanych towarów.
12. kształtowanie umiejętności realizowania zamówień składanych przez nabywców oraz przyjmowania należności za sprzedane produkty.
13. kształtowanie umiejętności negocjowania warunków sprzedaży.

### **Cele operacyjne**

1. dokonać odbioru ilościowego i jakościowego towarów żywności ekologicznej,
2. wymienić właściwości żywności ekologicznej oraz sposoby ich przechowywania,
3. ustalić źródła występowania ubytków w przechowywanych towarach żywności ekologicznej,
4. sporządzać dokumenty handlowe,
5. przyjąć dostawy żywności ekologicznej pod względem ilościowym i jakościowym zgodnie z zasadami stosowanymi w handlu,
6. magazynować żywność ekologiczną, z uwzględnieniem jej zabezpieczenia przed uszkodzeniem, zniszczeniem i kradzieżą,
7. wykonać czynności związane z przygotowaniem żywności ekologicznej, do sprzedaży i ich pakowaniem w zależności od asortymentu,
8. zrealizować zamówienie klienta, sporządzić dokumenty sprzedaży oraz dokonać niezbędnych rozliczeń,
9. przeprowadzić rozmowę sprzedażową, stosując komunikację werbalną i niewerbalną dostosowaną do typu klienta,
10. przyjąć reklamację i przeprowadzić postępowanie reklamacyjne,
11. przeprowadzić inwentaryzację metodą spisu z natury oraz ustalić różnice inwentaryzacyjne,
12. eksponować żywność ekologiczną,



13. stosować pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży towarów i usług,
14. obliczyć cenę sprzedaży towarów i usług,
15. scharakteryzować formy i techniki sprzedaży powszechnie stosowane w handlu,
16. scharakteryzować stosowane w handlu sposoby zabezpieczenia towarów przed uszkodzeniem, zniszczeniem lub kradzieżą,
17. scharakteryzować podstawowe narzędzia marketingu: produkt, cena, dystrybucja, promocja,
18. wyjaśnić znaczenie odpowiedzialności materialnej w pracy sprzedawcy,
19. klasyfikować towary według różnych kryteriów,
20. wyjaśnić znaczenie normalizacji towarów z punktu widzenia klienta,
21. dobrać metody badań i oceny jakości do określonych towarów,

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Wymagania programowe Podstawowe Uczeń potrafi:	Wymagania programowe Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Uwagi o realizacji Etap realizacji
Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej	Bezpieczeństwo i higiena pracy przy organizowaniu sprzedaży żywności ekologicznej	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– dobrać środki ochrony indywidualnej i zbiorowej do wykonywania czynności zawodowych przy organizacji sprzedaży towarów,</li> <li>– wymienić bezpieczne warunki pracy przy organizowaniu sprzedaży.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– zaprezentować środki ochrony zbiorowej.</li> </ul>	
Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej	Formy i techniki sprzedaży żywności ekologicznej	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>– rozróżnić formy i techniki sprzedaży powszechnie stosowane w handlu,</li> <li>– dobrać technikę sprzedaży w zależności od sprzedawanego asortymentu i potrzeb klientów.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– scharakteryzować wskazane techniki sprzedaży towarów stosowane w handlu,</li> <li>– zaproponować technikę sprzedaży do rodzaju działalności handlowej (punktu sprzedaży).</li> </ul>	

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Wymagania programowe Podstawowe Uczeń potrafi:	Wymagania programowe Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Uwagi o realizacji Etapu realizacji
Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej	Zamawianie i odbiór żywności ekologicznej	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wyjaśnić, czym jest produkt żywności ekologicznej</li> <li>- wyjaśnić co to są certyfikaty żywności ekologicznej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- podać przykłady żywności ekologicznej</li> <li>- scharakteryzować wyrób w oparciu o określony typ normy</li> <li>-</li> </ul>	
Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej	Magazynowanie żywności ekologicznej	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wymienić warunki magazynowania dla wskazanych grup towarów,</li> <li>- dobrać warunki magazynowania zapewniające zachowanie właściwości i jakości dla określonego towaru,</li> <li>- wymienić zasady rozmieszczania towarów w magazynie.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- opracować schemat rozmieszczenia towarów w magazynie,</li> <li>- rozpoznawać przypadki magazynowania towarów w warunkach niezgodnych z określonymi w normach.</li> </ul>	
	Przygotowanie żywności ekologicznej do sprzedaży	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wymienić rodzaje opakowań</li> <li>- sklasyfikować opakowania według różnych kryteriów</li> <li>- ewidencjonować opakowania</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- opisać właściwości materiałów opakowaniowych</li> <li>- analizować różne rodzaje opakowań</li> <li>-</li> </ul>	

<b>Dział programowy</b>	<b>Tematy jednostek metodycznych</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Wymagania programowe Podstawowe</b> Uczeń potrafi:	<b>Wymagania programowe Ponadpodstawowe</b> Uczeń potrafi:	<b>Uwagi o realizacji Etap realizacji</b>
	Przygotowanie żywności ekologicznej do sprzedaży	6	<ul style="list-style-type: none"> <li>– oznaczyć towary stosownie do formy sprzedaży, np.: metki, wywieszki cenowe,</li> <li>– rozmieścić wskazane towary na regałach z uwzględnieniem zasad rozmieszczania,</li> <li>– przygotować ekspozycje towarów na regale sklepowym z uwzględnieniem podanych danych.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– opracować plan ekspozycji towarów spożywczych w sali sprzedażowej</li> <li>– opracować plan ekspozycji towarów odpowiednio do formy sprzedaży i asortymentu towarów,</li> <li>– wykonać ekspozycję towarów w sali sprzedażowej,</li> <li>– rozmieszcza towary w sali sprzedażowej z uwzględnieniem zasad merchandisingu.</li> </ul>	

## PROCEDURY OSIĄGANIA CELÓW KSZTAŁCENIA PRZEDMIOTU

### Propozycje metod nauczania:

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem różnych form organizacyjnych: indywidualnie i zespołowo. Ważna w procesie kształcenia jest indywidualizacja pracy w kierunku potrzeb i możliwości ucznia w zakresie metod, środków oraz form kształcenia.

### Metody nauczania:

- Pokaz z objaśnieniem
- Ćwiczenia przedmiotowe dotyczące przygotowania sprzedaży żywności ekologicznej
- metoda projektów

### Środki dydaktyczne do przedmiotu

- zestawy ćwiczeń, instrukcje do ćwiczeń, pakiety edukacyjne dla uczniów, teksty przewodnie, karty pracy dla uczniów, czasopisma branżowe, katalogi sprzętu i wyposażenia magazynów, filmy i prezentacje multimedialne związane z organizowaniem sprzedaży towarów,
- stanowiska komputerowe z dostępem do internetu,
- wyposażenie odpowiednie do realizacji założonych efektów kształcenia.

Efektywność procesu kształcenia jest zależna między innymi od:

- stosowanych przez nauczyciela metod pracy i środków dydaktycznych
- zaangażowania i motywacji wewnętrznej uczniów
- warunków techno-dydaktycznych prowadzenia procesu nauczania.

### Warunki realizacji programu przedmiotu:

Zajęcia należy prowadzić w oddziałach klasowych w systemie klasowo-lekcyjnym  
Zajęcia należy prowadzić w pracowni organizacji sprzedaży.

W pracy z uczniem ze specyficznymi trudnościami w uczeniu zaleca się stosowanie aktywizujących metod w parach, w grupach kilkuosobowych jednorodnych lub o zróżnicowanym poziomie oraz pracę indywidualną (w miarę możliwości). Innymi

formami pracy z uczniem o specyficznych trudnościach w uczeniu się mogą być: przydzielanie prac dodatkowych, pełnienie roli asystenta w grupie, umożliwienie uczniowi wyboru zadań do wykonania oraz konsultacje. Zaleca się stosowanie metod i form pracy angażujących różne zmysły ucznia.

Praca z uczniem zdolnym powinna mieć głównie formę zindywidualizowaną, inspirującą go do poszukiwania dodatkowych źródeł wiedzy.

### **Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych ucznia/słuchacza**

Sprawdzanie i ocenianie osiągnięć ucznia powinno przebiegać systematycznie przez cały okres nauki w szkole. Osiągnięcia ucznia powinny być sprawdzane zarówno w formie praktycznej, jak i pisemnej. Podczas oceny osiągnięć ucznia należy brać pod uwagę:

- poprawne stosowanie terminologii zawodowej,
- umiejętność organizowania stanowiska pracy z uwzględnieniem zasad ergonomii oraz bezpieczeństwa i higieny pracy i przepisów przeciwpożarowych,
- umiejętność zastosowania wiadomości teoretycznych w praktyce,
- umiejętność oceny jakości wykonania przydzielonych zadań,
- postawę w czasie zajęć (przygotowanie do zajęć, zachowanie na zajęciach, umiejętność pracy w grupie),
- planowanie pracy zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań,
- komunikację ze współpracownikami,
- kreatywność i zaangażowanie,
- specyficzne potrzeby kształcenia ucznia.
- Proponuje się następujące sposoby sprawdzania osiągnięć ucznia:
  - ocena efektów pracy w czasie zajęć praktycznych – na bieżąco w czasie trwania zajęć,
  - ocena końcowych efektów pracy,
  - ocena karty pracy ucznia – po każdych zajęciach praktycznych lub po wykonanej pracy.

## Sposoby ewaluacji przedmiotu

Program nauczania przedmiotu podlega ewaluacji, której celem jest sprawdzenie, czy proces nauczania przebiega zgodnie z założeniami i czy uzyskiwane efekty nauczania spełniają oczekiwania uczniów, rodziców, nauczycieli, pracodawców. W celu dokonania ewaluacji realizacji programu nauczania przedmiotu Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej należy na bieżąco zbierać informacje w oparciu o ankiety i wywiady z uczniami, nauczycielami, rodzicami, pracodawcami oraz w oparciu o obserwację ucznia podczas pracy na lekcji.

Na bieżąco należy dokonywać ewaluacji programu nauczania przedmiotu:

- umiejętności uczniów,
- atrakcyjności programu nauczania przedmiotu,
- możliwości indywidualizacji procesu nauczania.

W ramach ewaluacji programu wskazane jest określenie i przeanalizowanie:

- treści, które uczniowie opanowują bez problemów,
- treści, których opanowanie sprawia uczniom trudności,
- środków dydaktycznych, stosowanych metod nauczania,
- wyników osiągniętych przez uczniów.

Dzięki zrealizowaniu tych działań możliwa będzie optymalizacja treści programowych, wyposażenia i środków dydaktycznych oraz stosowanych metod nauczania.

## 6.2. Marketing żywności ekologicznej

### Cele ogólne przedmiotu

1. wykonywanie prac związanych z promocją żywności ekologicznej
2. Poznanie zasad funkcjonowania przedsiębiorstwa handlowego zgodnie z orientacją marketingową.
3. Umiejętność analizowania rynku i stosowania narzędzi marketingowych.
4. Przygotowanie do sprzedaży żywności ekologicznej w ofercie promocyjnej.

5. Kształtowanie umiejętności planowania i oceny prowadzonych działań promocyjnych żywności ekologicznej.

### Cele operacyjne

- 1) stosować zasady marketingu w przedsiębiorstwie handlowym,
- 2) gromadzić i selekcjonować informacje w ramach prowadzonych badań marketingowych,
- 3) dostosować działalność przedsiębiorstwa handlowego do wyników badań marketingowych,
- 4) stosować nowoczesną komunikację marketingową, integrację z kampaniami brandingowymi,
- 5) stosować zasady funkcjonowania przekazu marketingowego w przestrzeni społecznej,
- 6) stosować zasady kultury i etyki w handlu.
  1. rozróżnić zachowania klientów zamierzone i niezamierzone w procesie zakupu,
  2. rozróżnić pojęcia: preferencje, przyzwyczajenia,
  3. uzasadnić znaczenie reputacji placówki handlowej w procesie sprzedaży,
  4. wyjaśnić, na czym polega kupowanie oparte na wyborze losowym,
  5. rozpoznać potrzeby klientów na podstawie ich zachowania,
- 7) dokonać analizy zachowań i postaw klientów,
- 8) ocenić jakość towarów przeznaczonych do sprzedaży promocyjnej,
- 9) poinformować klienta o jakości towarów w promocji podczas sprzedaży,
- 10) dokonać oznaczenia towarów o obniżonych cenach,
- 11) rozróżnić opakowania promocyjne,
- 12) przygotować towary do sprzedaży promocyjnej,
- 13) zidentyfikować rodzaje działań promocyjnych w handlu,

- 14) zgromadzić informacje o towarach przeznaczonych do sprzedaży promocyjnej,
- 15) wypromować towary z wykorzystaniem poczty elektronicznej,
- 16) zaprezentować klientowi informacje o towarach w promocji,
- 17) przetwarzać i przysyłać dane klientów zgodnie z przepisami o ochronie danych,
- 18) prowadzić negocjacje dotyczące sprzedaży promocyjnej,
- 19) uzasadnić konieczność stosowania etyki zawodowej w działalności promocyjnej,
- 20) określić wpływ reklamy na sprzedaż towarów,
- 21) dokonać analizy aktualnych przepisów prawa regulujących działalność reklamową,
- 22) prowadzić działania reklamowe we współpracy z pracownikami punktu sprzedaży,
- 23) wymienić cechy efektywnego przekazu reklamowego,
- 24) scharakteryzować sposoby prowadzenia działalności reklamowej w środkach masowego przekazu,
- 25) scharakteryzować cenę jako narzędzie marketingu,
- 26) wymienić etapy przygotowania programu promocji sezonowych,
- 27) wskazać narzędzia promocji,
- 28) ustalić budżet promocji towarów przeznaczonych do sprzedaży,
- 29) ocenić skuteczność zaplanowanych i zrealizowanych działań promocyjnych,

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Wymagania programowe Podstawowe Uczeń potrafi:	Wymagania programowe Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Uwagi o realizacji i Etap realizacji
Marketing żywności ekologicznej	Analiza rynku żywności ekologicznej	3	<p>Dokonywać analizy rynku żywności ekologicznej</p> <p>klasyfikować klientów według różnych kryteriów</p> <p>określić rodzaj klientów ze względu na cechy osobowości i motywy podejmowania decyzji zakupowych</p>	opisać motywy zachowań klientów w procesie sprzedaży	
Marketing żywności ekologicznej			<p>zidentyfikować wpływ otoczenia przedsiębiorstwa handlowego na prowadzoną działalność</p> <p>określić wpływ działalności firmy na jej otoczenie</p> <p>dokonać analizy SWOT przedsiębiorstwa handlowego</p> <p>określić potrzeby klientów na podstawie</p>	wymienić zagrożenia wynikające z działalności podmiotów konkurencyjnych	

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Wymagania programowe Podstawowe Uczeń potrafi:	Wymagania programowe Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Uwagi o realizacji i Etap realizacji
			<p>przeprowadzonych badań i analiz</p> <p>scharakteryzować podmioty konkurencyjne działające w branży</p>		
Marketing żywności ekologicznej	Zachowania nabywców żywności ekologicznej	5	<p>dokonać analizy motywów nabywczych klientów,</p> <p>rozdzielić czynniki demograficzne, ekonomiczne, społeczno-kulturowe i psychologiczne wpływające na zachowania nabywcze konsumentów,</p> <p>wyjaśnić, w jaki sposób hierarchia potrzeb wpływa na wybór towarów,</p> <p>wymienić czynniki mające wpływ na zachowania konsumentów.</p>	rozdzielić pojęcia: preferencje, przyzwyczajenia, uzasadnić znaczenie reputacji placówki handlowej w procesie sprzedaży, wyjaśnić, na czym polega kupowanie oparte na wyborze losowym.	

<b>Dział programowy</b>	<b>Tematy jednostek metodycznych</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Wymagania programowe Podstawowe Uczeń potrafi:</b>	<b>Wymagania programowe Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:</b>	<b>Uwagi o realizacji i Etap realizacji</b>
	Marketing mix żywności ekologicznej	4	<p>opisać marketingową strukturę produktu</p> <p>scharakteryzować cykl życia produktu</p> <p>wyjaśnić znaczenie produktu jako elementu marketingu MIX</p>	<p>wyjaśnić znaczenie cyklu życia produktu dla poziomu sprzedaży produktu</p>	
	Cena i dystrybucja żywności ekologicznej	3	<p>wyjaśnić znaczenie ceny jako elementu marketingu mix</p> <p>opisać strategie ustalania cen</p> <p>wymienić rodzaje ustalania cen</p> <p>wyjaśnić znaczenie dystrybucji jako elementu marketingu mix</p> <p>wymienić rodzaje dystrybucji</p> <p>wymienić funkcje dystrybucji</p>	<p>wyjaśnić znaczenie wysokości ceny sprzedaży dla poziomu sprzedaży produktu</p> <p>wyjaśnić znaczenie dostępności produktu dla poziomu sprzedaży produktu</p> <p>wskazać znaczenie terminowego dostarczenia wytworzonej żywności ekologicznej do nabywców</p>	

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Wymagania programowe Podstawowe Uczeń potrafi:	Wymagania programowe Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Uwagi o realizacji i Etap realizacji
	Promocja i reklama żywności ekologicznej	4	<p>określić rolę promocji w działaniach marketingowych przedsiębiorstwa handlowego</p> <p>opisać fazy procesu komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem</p> <p>scharakteryzować funkcje promocji</p> <p>wskazać różnice pomiędzy poszczególnymi rodzajami promocji</p> <p>określić znaczenie doboru instrumentów promocji w oferowaniu towarów</p> <p>wyjaśnić znaczenie reklamy jako narzędzia promocji</p> <p>scharakteryzować funkcje reklamy</p> <p>wskazać skuteczne i</p>	<p>uzasadnić wpływ wizerunku przedsiębiorstwa handlowego na wysokość sprzedaży</p> <p>dobrać narzędzia promocji do strategii przedsiębiorstwa handlowego</p> <p>dobrać rodzaj promocji w zależności od cyklu życia produktu</p> <p>opracować plan działań promocyjnych dla określonej oferty handlowej z uwzględnieniem czynników mających wpływ na skuteczność przekazu</p> <p>uzasadnić wpływ reklamy na osiągnięte wyniki sprzedaży</p> <p>przedstawić zalety i wady różnych środków przekazu reklamy</p> <p>ustalić zasady współpracy z agencją reklamową</p>	



Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Wymagania programowe Podstawowe Uczeń potrafi:	Wymagania programowe Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Uwagi o realizacji i Etap realizacji
			<p>nieskuteczne sposoby reklamowania towarów</p> <p>opisać rodzaje reklam</p> <p>dobrać formy reklamy do rodzaju oferowanych towarów</p> <p>ocenić przekaz reklamowy z uwzględnieniem czynników mających wpływ na jego atrakcyjność</p> <p>opisać elementy kampanii reklamowej</p> <p>sporządzić harmonogram działań reklamowych na podstawie założonego budżetu</p>		



Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Wymagania programowe Podstawowe Uczeń potrafi:	Wymagania programowe Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Uwagi o realizacji i Etap realizacji
	Plan marketingowy		ustalić cel planu marketingowego  scharakteryzować elementy planu marketingowego sporządzić plan marketingowy przedsiębiorstwa handlowego	uzasadnić potrzebę planowania marketingowego	
	Marketing pośredni i bezpośredni żywności ekologicznej		opisać narzędzia marketingu bezpośredniego  opisać rodzaje marketingu bezpośredniego  zredagować spersonalizowane komunikaty  wymienić korzyści dla klientów z marketingu bezpośredniego  wymienić wady i zalety marketingu pośredniego	opisać formy reklamy pośredniej  zaprojektować bazę danych o klientach  wymienić korzyści dla przedsiębiorstw z marketingu pośredniego  opisać formy reklamy pośredniej	

Dział programowy	Tematy jednostek metodycznych	Liczba godzin	Wymagania programowe Podstawowe Uczeń potrafi:	Wymagania programowe Ponadpodstawowe Uczeń potrafi:	Uwagi o realizacji i Etap realizacji
	Sprzedaż towarów z zastosowaniem działań marketingowych		zgromadzić informacje o towarach przeznaczonych do sprzedaży promocyjnej,  wypromować towary z wykorzystaniem poczty elektronicznej,  zaprezentować klientowi informacje o towarach w promocji podczas rozmowy sprzedażowej,  zaprezentować klientom walory użytkowe towarów w promocji.	uzasadnić wpływ działań promocyjnych na poziom sprzedaży towarów pełnowartościowych,  sporządzić wykaz walorów użytkowych wybranych towarów.	

## PROCEDURY OSIĄGANIA CELÓW KSZTAŁCENIA PRZEDMIOTU

### Propozycje metod nauczania:

Zajęcia powinny być prowadzone z wykorzystaniem różnych form organizacyjnych: indywidualnie i zespołowo. Ważna w procesie kształcenia jest indywidualizacja pracy w kierunku potrzeb i możliwości ucznia w zakresie metod, środków oraz form kształcenia.

## Metody nauczania:

- metoda ćwiczeń,
- metoda przypadków (case study),
- metoda tekstu przewodniego,
- metoda projektu edukacyjnego,
- metoda WebQuest,
- metoda flipped classroom – „odwrócone nauczanie”.

### Polecane środki dydaktyczne:

- mechaniczne środki wzrokowe, których zadaniem jest przekazywanie obrazu za pomocą różnorodnych urządzeń technicznych, np. aparatu fotograficznego,
- środki audiowizualne, które łączą dźwięk z obrazem – filmy,
- środki automatyzujące proces uczenia się, np. komputery.

### Efektywność procesu kształcenia jest zależna m.in. od:

- celów i treści zawartych w programie,
- zaangażowania i motywacji wewnętrznej uczniów,
- stosowanych przez nauczyciela metod pracy i środków dydaktycznych,
- środowiska dydaktyczno-wychowawczego.

## Warunki realizacji programu przedmiotu:

Zajęcia należy prowadzić w oddziałach klasowych w systemie klasowo-lekcyjnym

Zajęcia należy prowadzić w pracownia organizacji sprzedaży.

W pracy z uczniem ze specyficznymi trudnościami w uczeniu zaleca się stosowanie aktywizujących metod w parach, w grupach kilkuosobowych jednorodnych lub o zróżnicowanym poziomie oraz pracę indywidualną (w miarę możliwości). Innymi formami pracy z uczniem o specyficznych trudnościach w uczeniu się mogą być: przydzielanie prac dodatkowych, pełnienie roli asystenta w grupie, umożliwienie uczniowi wyboru zadań do wykonania oraz konsultacje. Zaleca się stosowanie metod i form pracy angażujących różne zmysły ucznia.

Praca z uczniem zdolnym powinna mieć głównie formę zindywidualizowaną, inspirującą go do poszukiwania dodatkowych źródeł wiedzy.

### **Proponowane metody sprawdzania osiągnięć edukacyjnych ucznia/słuchacza**

Sprawdzanie i ocenianie osiągnięć ucznia powinno przebiegać systematycznie przez cały okres nauki w szkole. Osiągnięcia ucznia powinny być sprawdzane zarówno w formie praktycznej, jak i pisemnej. Podczas oceny osiągnięć ucznia należy brać pod uwagę:

- poprawne stosowanie terminologii zawodowej,
- umiejętność organizowania stanowiska pracy z uwzględnieniem zasad ergonomii oraz bezpieczeństwa i higieny pracy i przepisów przeciwpożarowych,
- umiejętność zastosowania wiadomości teoretycznych w praktyce,
- umiejętność oceny jakości wykonania przydzielonych zadań,
- postawę w czasie zajęć (przygotowanie do zajęć, zachowanie na zajęciach, umiejętność pracy w grupie),
- planowanie pracy zespołu w celu wykonania przydzielonych zadań,
- komunikację ze współpracownikami,
- kreatywność i zaangażowanie,
- specyficzne potrzeby kształcenia ucznia.
- Proponuje się następujące sposoby sprawdzania osiągnięć ucznia:
- ocena efektów pracy w czasie zajęć praktycznych – na bieżąco w czasie trwania zajęć,
- ocena końcowych efektów pracy,
- ocena karty pracy ucznia – po każdym zajęciach praktycznych lub po wykonanej pracy.

### **Sposoby ewaluacji przedmiotu**

Program nauczania przedmiotu podlega ewaluacji, której celem jest sprawdzenie, czy proces nauczania przebiega zgodnie z założeniami i czy uzyskiwane efekty nauczania spełniają oczekiwania uczniów, rodziców, nauczycieli, pracodawców. W celu dokonania ewaluacji realizacji programu nauczania przedmiotu Należy na bieżąco zbierać informacje w oparciu o ankiety i

Przykładowy program nauczania do umiejętności dodatkowej (DUZ)  
dla zawodu technik ogrodnik

wywiady z uczniami, nauczycielami, rodzicami, pracodawcami oraz w oparciu o obserwację ucznia podczas pracy na lekcji.

Na bieżąco należy dokonywać ewaluacji programu nauczania przedmiotu:

- umiejętności uczniów,
- atrakcyjności programu nauczania przedmiotu,
- możliwości indywidualizacji procesu nauczania.

W ramach ewaluacji programu wskazane jest określenie i przeanalizowanie:

- treści, które uczniowie opanowują bez problemów,
- treści, których opanowanie sprawia uczniom trudności,
- środków dydaktycznych, stosowanych metod nauczania,
- wyników osiągniętych przez uczniów.

Dzięki zrealizowaniu tych działań możliwa będzie optymalizacja treści programowych, wyposażenia i środków dydaktycznych oraz stosowanych metod nauczania.

## 7. Ewaluacja program nauczania dodatkowej umiejętności zawodowej

### 7.1. Obszary ewaluacji

1) Określenie jakości i skuteczności realizacji programu nauczania zawodu w zakresie:

- osiągnięcia szczegółowych efektów kształcenia,
- doboru oraz zastosowania form, metod i strategii dydaktycznych,
- współpracy z pracodawcami,
- wykorzystania bazy techno-dydaktycznej.

### Faza refleksyjna

Obszar badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki świadczące o efektywności	Metody, techniki badania/narzędzia	Termin badania
Układ materiału nauczania danego przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Czy w programie nauczania określono przedmioty do kwalifikacji?</li> <li>2. Czy program nauczania uwzględnia spiralną strukturę treści?</li> <li>3. Czy efekty kształcenia kluczowe dla zawodu zostały podzielone na materiał nauczania w taki sposób, aby były kształtowane przez kilka przedmiotów w całym cyklu kształcenia w zakresie danej kwalifikacji?</li> <li>4. Czy wszyscy nauczyciele współpracują przy ustalaniu kolejności realizacji treści programowych?</li> </ol>	Program nauczania umożliwia przygotowanie do egzaminu potwierdzającego kwalifikacje	Analiza programu nauczania, wywiady	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli
Relacja między poszczególnymi elementami i	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Czy program nauczania uwzględnia podział na przedmioty teoretyczne i praktyczne?</li> </ol>	Program nauczania ułatwia uczenie się innych przedmiotów	Analiza programu, wywiady	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli

Obszar badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki świadczące o efektywności	Metody, techniki badania/narzędzia	Termin badania
częściami programu	2. Czy program nauczania uwzględnia korelację międzyprzedmiotową?			
Trafność doboru materiału nauczania, metod, środków dydaktycznych, form organizacyjnych ze względu na przyjęte cele	1. Jaki jest stan wiedzy uczniów z treści bazowych dla przedmiotu przed rozpoczęciem wdrażania programu? 2. Czy cele nauczania zostały poprawnie sformułowane? 3. Czy cele nauczania odpowiadają opisanym treściom programowym? 4. Czy dobór metod nauczania pozwoli na osiągnięcie celu? 5. Czy zaproponowane metody umożliwiają realizację treści? 6. Czy dobór środków dydaktycznych pozwoli na osiągnięcie celu?	Materiał nauczania, zastosowane metody i dobór środków dydaktycznych wspomagają przygotowanie ucznia do zdania egzaminu zawodowego	Analiza programu, wywiady	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli

### Faza kształtująca

Obszar badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki świadczące o efektywności	Metody, techniki badania/narzędzia	Termin badania
Stopień trudności programu z pozycji ucznia	1. Czy program nie jest trudny? 2. Czy program jest możliwy do realizacji?	Program nauczania jest atrakcyjny dla ucznia i rozwija jego zainteresowania	Analiza programu, wywiady	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli
Przedmiot badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki	Zastosowane metody, techniki i narzędzia	Termin badania
Metody kształcenia	1. Czy wskazana metoda pozwoli ukształtować umiejętności zawodowe i rozwija kompetencje kluczowe?	Program nauczania dla zawodu jest realizowany w sposób atrakcyjny dla uczniów (pobudza motywację)	wywiady, obserwacja, model <i>action research</i> /etapy	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli

Obszar badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki świadczące o efektywności	Metody, techniki badania/narzędzia	Termin badania
	2. Czy metoda zaktywizowała wszystkich uczniów? 3. Czy dobrane środki są niezbędne do zastosowania tej metody? 4. Czy praca tą metodą wzmocni atmosferę zaufania w klasie? 5. Na ile metoda jest skuteczna w przekazywaniu i przyswajaniu wiedzy? 6. W jakim stopniu analizowana metoda jest przydatna w kształtowaniu umiejętności? 7. Jak metoda, którą planuję wykorzystać, może wpływać na kształtowanie postaw? 8. Czy analizowana metoda będzie efektywna w licznej klasie? 9. Czy zastosowanie metody pozwoli na rzetelne ocenianie uczniów?	do aktywności oraz kształtowania (umiejętności) i nauczycieli	myślenia ewaluacyjnego: opis, ocena, podjęcie decyzji, próba wpłynięcia na bieg zjawisk	
Stosowanie przepisów bhp	1. Czy uczeń stosuje przepisy dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej, ochrony środowiska oraz wymagań ergonomii obowiązujące w handlu? 2. Czy uczeń prezentuje konsekwencje naruszania przepisów oraz zasad bhp podczas wykonywania zadań	1. Stosuje przepisy bhp podczas wykonywania zadań sprzedawcy 2. Podaje przykłady konsekwencji naruszania przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej, ochrony środowiska oraz wymagań	ankieta skierowana do uczniów, arkusze obserwacji	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli

Obszar badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki świadczące o efektywności	Metody, techniki badania/narzędzia	Termin badania
	<p>zawodowych przez sprzedawcę?</p> <p>3. Czy uczeń przestrzega warunków sanitarnych podczas wykonywania zadań sprzedawcy?</p> <p>4. Czy uczeń postępuje zgodnie z obowiązującymi procedurami w sytuacji zagrożenia zdrowia, życia, awarii oraz wypadku?</p> <p>5. Czy uczeń potrafi udzielać pierwszej pomocy poszkodowanym w wypadkach w miejscu wykonywania pracy?</p>	<p>ergonomii obowiązujących w handlu</p> <p>3. Przestrzega warunków sanitarnych podczas wykonywania zadań sprzedawcy</p> <p>4. Udziela pierwszej pomocy przedmedycznej poszkodowanym</p>		
Przyjmowanie dostawy oraz przygotowywanie towarów do sprzedaży	<p>1. Czy uczeń poprawnie stosuje słownictwo zawodowe dotyczące sprzedaży towarów?</p> <p>2. Czy uczeń poprawnie sporządza dokumenty handlowe?</p> <p>3. Czy uczeń sprawdził dostawę z zamówieniem?</p> <p>4. Czy uczeń potrafi przygotować towary do sprzedaży?</p>	<p>1. Posługuje się specjalistyczną terminologią z zakresu handlu</p> <p>2. Sporządza dokumenty handlowe</p> <p>3. Sprawdza zgodność dostawy z zamówieniem i otrzymanymi zaleceniami</p> <p>4. Przygotowuje towar do sprzedaży</p>	ankieta skierowana do uczniów, arkusze obserwacji	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli
Prezentowanie właściwości towarów	<p>1. Czy uczeń charakteryzuje cechy jakościowe towarów?</p> <p>2. Czy uczeń rozróżnia towary i grupy towarowe?</p> <p>3. Czy uczeń potrafi udzielić klientowi wyjaśnień dotyczących jakości, przeznaczenia,</p>	<p>1. Wymienia cechy wskazanych towarów</p> <p>2. Rozróżnia towary i grupy towarowe</p> <p>3. Udziela wyjaśnień dotyczących jakości, przeznaczenia, zastosowania i</p>	ankieta skierowana do uczniów, arkusze obserwacji,	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli

Obszar badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki świadczące o efektywności	Metody, techniki badania/narzędzia	Termin badania
	zastosowania i użytkowania towaru?	użytkowania towaru		
Prowadzenie działań promocyjnych	<ol style="list-style-type: none"> <li>Jaki jest stan wiedzy uczniów na temat nowoczesnych form promocji towarów?</li> <li>Czy uczeń potrafi samodzielnie opracować plan działań promocyjnych?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Opracowuje prognozę sprzedaży na podstawie przeprowadzonych badań rynkowych</li> <li>Opracowuje plan działań promocyjnych przedsiębiorstwa handlowego</li> <li>Prezentuje towary promocyjne</li> </ol>	ankieta skierowana do uczniów, arkusze obserwacji, portfolio	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli
Negocjowanie w sprzedaży towarów	<ol style="list-style-type: none"> <li>Czy uczeń prezentuje argumenty i dowody na ich poparcie podczas negocjacji?</li> <li>Czy uczeń zna zasady negocjacji handlowej?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Prezentuje argumenty i dowody na ich poparcie w procesie negocjacji</li> <li>Charakteryzuje zasady negocjacji</li> </ol>	ankieta skierowana do uczniów, arkusze obserwacji, portfolio	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli
Wykonywanie prac związanych z obsługą klientów oraz realizacją transakcji kupna i sprzedaży	<ol style="list-style-type: none"> <li>Czy uczeń opanował znaczenie poszczególnych terminów stosowanych w handlu?</li> <li>Czy uczeń potrafi aktywnie słuchać?</li> <li>Czy uczeń potrafi prowadzić rozmowy sprzedażowe z różnymi typami klientów?</li> <li>Czy uczeń stosuje zasady komunikacji interpersonalnej?</li> <li>Czy uczeń zna zasady obsługi klientów?</li> <li>Czy uczeń potrafi wykonać poszczególne prace związane z realizacją transakcji kupna i sprzedaży?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Objaśnia terminy stosowane w handlu</li> <li>Wymienia rodzaje klientów</li> <li>Rozpoznaje poszczególne etapy procesu obsługi klienta</li> <li>Wskazuje kolejność realizacji poszczególnych etapów procesu obsługi klientów</li> <li>Stosuje zasady komunikacji interpersonalnej</li> <li>Opracowuje ofertę handlową dostosowaną do potrzeb klientów</li> </ol>	ankieta skierowana do uczniów, arkusze obserwacji, rozmowy	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli

Obszar badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki świadczące o efektywności	Metody, techniki badania/narzędzia	Termin badania
	7. Czy uczeń komunikuje się z klientem w języku obcym?	7. Stosuje pośrednie i bezpośrednie formy sprzedaży towarów i usług 8. Porozumiewa się z klientem w języku obcym		
Prowadzenie sprzedaży internetowej	1. Czy uczeń przygotowuje ofertę sprzedaży internetowej? 2. Czy uczeń sporządza dokumenty sprzedaży internetowej?	1. Przygotowuje ofertę sprzedaży internetowej 2. Sporządza dokumenty sprzedaży internetowej	portfolio	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli
Etyczne postępowanie w procesie sprzedaży	1. Czy uczeń postępuje zgodnie z kodeksem etyki zawodowej handlowca? 2. Czy uczeń w procesie sprzedaży stosuje zasady etyki zawodowej?	1. Przestrzega zasad kultury i etyki	ankieta skierowana do uczniów, arkusze obserwacji	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli

### Faza podsumowująca

Obszar badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki świadczące o efektywności	Metody, techniki badania/narzędzia	Termin badania
Wewnątrzszkolny System Oceniania	1. Jaka jest wśród uczniów znajomość kryteriów oceniania z przedmiotów? 2. Jaka jest znajomość kryteriów oceniania z przedmiotów wśród rodziców? 3. Jak są przekazywane uczniom i rodzicom informacje o ocenach uzyskiwanych przez uczniów? 4. Czy uczeń otrzymuje indywidualną informację zwrotną dotyczącą jego postępów w nauce?	1. Uczniowie i rodzice znają kryteria oceniania z każdego przedmiotu 2. Uczniowie oraz rodzice są na bieżąco informowani o ocenach uzyskiwanych przez uczniów	Skrzynka pytań, ankiety	Do 20 września każdego roku szkolnego

Obszar badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki świadczące o efektywności	Metody, techniki badania/narzędzia	Termin badania
Przedmiot badania	Pytania kluczowe	Wskaźniki	Zastosowane metody, techniki i narzędzia	Termin badania
Sprawność szkoły	1. Liczba poprawek 2. Liczba ocen niedostatecznych końcoworocznych 3. Ilu uczniów nie otrzymało promocji do kolejnej klasy?	70% uczniów zapisanych w pierwszej klasie ukończyło szkołę	Analiza dokumentów, wywiady	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli
Wyniki egzaminów potwierdzających kwalifikacje w zawodzie	1. Ilu uczniów zapisano w pierwszej klasie? 2. Ilu uczniów przystąpiło do egzaminów potwierdzających kwalifikacje w zawodzie? 3. Ilu uczniów uzyskało minimalną liczbę punktów z egzaminu?	70% uczniów przystępujących do egzaminu uzyskało świadectwo/dyplom potwierdzający kwalifikację w zawodzie	Analiza dokumentów, wywiady	Wg uzgodnień zespołu nauczycieli

## 7.2. Przykładowe narzędzia ewaluacji

### SCENARIUSZ ZAJĘĆ NR 1

*Dodatkowa umiejętność zawodowa – **Marketing i sprzedaż produktów żywności ekologicznej***

**Przedmiot:** Organizacja sprzedaży żywności ekologicznej

**Temat zajęć:** : Rozmieszczenie towarów, czyli merchandising w sklepie

**Warunki realizacji:**

Oddział podzielony na grupy maksymalnie dwuosobowe.

Maksymalna liczba uczniów na opiekuna zgodnie z przepisami oświatowymi.

### **Metody nauczania:**

- praca z tekstem,
- ćwiczenia praktyczne z wykorzystaniem sprzętu informatycznego

### **Ćwiczenia**

- praktyczne,
- dyskusja.

### **Cele ogólne:**

- kształtowanie umiejętności właściwej prezentacji towarów

### **Cele operacyjne:**

#### **Uczeń potrafi:**

- definiować pojęć: rozmieszczanie towarów, merchandising,
- wyjaśnić, co oznacza stwierdzenie ekspozycja towaru,
- omówić, jak wyeksponować towar - na przykładzie miejsca zajęć praktycznych,
- przedstawia zasady bhp jakie należy przestrzegać w czasie rozmieszczania towarów,
- wskazać elementy z komunikacji personalno-społecznej, które warto wykorzystać w celu pozyskania pomocy

#### **Efekty kształcenia:**

- aktualizuje ofertę towarową

#### **Kryteria weryfikacji:**

- wprowadza towary do sprzedaży
- sprawdza stany magazynowe
- utrzymuje kontakt z dostawcami w zakresie pozyskiwania informacji o towarze
- aktualizuje opisy towarów dotyczące np. cen, cech, informacji technicznych

**Formy pracy na lekcji:** Praca indywidualna, praca w grupach, wypełnianie karty pracy, wykonanie ćwiczenia

### **Przebieg zajęć**

1. Część organizacyjna: Sprawdzenie listy obecności.
2. Wprowadzenie do tematu – obejrzenie filmu (udostępnienie filmu z dźwiękiem instruktorzowego przygotowanego przez sieć Lewiatan jak nie powinno się rozmieszczać towarów oraz jak wprowadzić czynności naprawcze – pt. „Odpowiednie ułożenie towarów w sklepie”
3. Wprowadzenie pojęć: rozmieszczanie towarów, merchandising.
4. Prezentacja multimedialna na temat zasad merchandisingu - pt. „Merchandising, czyli przestrzeń w sklepie, która sprzedaje
5. Pogadanka na temat stosowanych zasad rozmieszczania towarów sklepach, gdzie uczniowie mają zajęcia praktyczne
6. Podsumowanie tematu wraz z przypomnieniem zasad bhp, jakie należy przestrzegać w czasie wykonywania czynności rozmieszczania towarów oraz jakie elementy komunikacji personalno – społecznej warto wykorzystać celem uzyskania pomocy od inny pracowników.
7. Część podsumowująca: Ocena pracy poszczególnych zespołów wspólne z klasą. Podanie treści zadania domowego.

## SCENARIUSZ ZAJĘĆ NR 2

### *Dodatkowa umiejętność zawodowa – **Marketing i sprzedaż produktów żywności ekologicznej***

**Przedmiot:** Marketing żywności ekologicznej

**Temat zajęć:** Koncepcje marketingowe

#### **Warunki realizacji:**

Oddział podzielony na grupy maksymalnie dwuosobowe.

Maksymalna liczba uczniów na opiekuna zgodnie z przepisami oświatowymi.

#### **Metody nauczania:**

- praca z tekstem,
- ćwiczenia praktyczne z wykorzystaniem sprzętu informatycznego

#### **Ćwiczenia**

- praktyczne,
- dyskusja.

#### **Cele ogólne:**

- uczeń:

- wyjaśnia pojęcie Koncepcja 4P (marketing mix) – produkt, cena, promocja i dystrybucja, aktualne trendy w marketingu, kampania dystrybucyjna: intensywna, selektywna i ekskluzywna.
- dostrzega znaczenie przedsiębiorczości, w tym innowacyjności i kreatywności;

- charakteryzuje główne instrumenty marketingowe, rozumie ich rolę w funkcjonowaniu przedsiębiorstwa oraz wykorzystuje posiadaną wiedzę w tym zakresie do projektowania działań marketingowych w planowanym przedsiębiorstwie lub przedsięwzięciu;
- wykazując się kreatywnością, planuje działania promocyjne, uzasadnia ich rolę w przedsięwzięciu oraz dyskutuje nad pozytywnymi i negatywnymi przykładami wpływu reklamy na klientów;
- dostrzega możliwości rozwoju i osiągnięcia sukcesu rynkowego przy pełnym poszanowaniu zasad etycznych w biznesie.

#### **Efekty kształcenia:**

- realizuje działania marketingowe

#### **Kryteria weryfikacji:**

- analizuje rynek pod względem konkurencji i trendów w zdrowym stylu życia
- organizuje działania promocyjne związane z rozpowszechnianiem żywności ekologicznej

#### **Środki dydaktyczne:**

- stanowisko komputerowe z połączeniem do sieci internetowej,
- plansze poglądowe dotyczące: gatunków roślin ozdobnych o różnych walorach
- plansze poglądowe dotyczące: funkcji form kwiatowych w architekturze krajobrazu.
- prezentacje producentów, katalogi roślin i materiałów budowlanych.

#### **Przebieg zajęć**

1. Część organizacyjna: Sprawdzenie listy obecności.
2. Część wprowadzająca: Podanie tematu zajęć, omówienie celu zajęć
3. Część właściwa.

Poinformowanie o zaplanowanym toku lekcji – aktywizacja uczniów.



**Fundusze Europejskie**  
Wiedza Edukacja Rozwój



**Rzeczpospolita  
Polska**

**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz Społeczny



Omówienie bieżących zagadnień z wykorzystaniem pomocy dydaktycznych.  
Kontrola przyswojenia treści lekcji – praca uczniów.

4. Część podsumowująca: Ocena pracy poszczególnych zespołów wspólne z klasą. Podanie treści zadania domowego.

## 8. Wykaz proponowanej literatury

### 8.1. Podręczniki i publikacje naukowe

1. Komosa A.: *Organizacja sprzedaży, część 1*. Wydawnictwo EKONOMIK, Warszawa 2009.
2. Komosa A.: *Organizacja sprzedaży, część 2*. Wydawnictwo EKONOMIK, Warszawa 2009.
3. Komosa A.: *Organizacja sprzedaży, część 3*. Wydawnictwo EKONOMIK, Warszawa 2009.
4. Misiarz M., Kocierz K.: *Towaroznawstwo*. Wydawnictwo Rea, Rzeszów 2008.
5. Pilarczyk B., Nestorowicz R.: *Marketing ekologicznych produktów żywnościowych*. Wolters Kluwer
6. Strzyżewska E., Wielgosik I.: *Organizacja i technika sprzedaży*. Wydawnictwo eMpi, Poznań 2015.
7. Szczęch K., Bukała W.: *Bezpieczeństwo i higiena pracy*. Podręcznik do kształcenia zawodowego, Wyd. 3. Wydawnictwo Szkolne i Pedagogiczne, Warszawa 2016.
8. Tracy B.: *Psychologia sprzedaży*, Wydawnictwo MT Biznes. Warszawa 2007.
9. Woźniczka J. : *Marketing bezpośredni i interaktywny*. Wydawnictwo PWE, Warszawa 2007.
10. Zielińska H.: *Organizacja i techniki sprzedaży*. Prowadzenie Sprzedaży. WSIP, Warszawa 2014.
11. Zielińska H.: *Sprzedaż towarów*. Wydawnictwo Rea, Warszawa 2008.

### 8.2. Witryny internetowe

- [i 1] Dyląg W.: BHP w biurze. Warszawa, Główny Inspektorat Pracy, 2012.  
Data dostępu: 1 grudnia 2016, adres dostępu:  
[https://www.pip.gov.pl/pl/f/v/97494/bhp %20biuro.pdf](https://www.pip.gov.pl/pl/f/v/97494/bhp%20biuro.pdf).



**Fundusze Europejskie**  
Wiedza Edukacja Rozwój



**Rzeczpospolita  
Polska**

**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz Społeczny



[i 2] [https://www.ciop.pl/CIOPPortalWAR/appmanager/ciop/pl?\\_nfpb=true&\\_pageLabel=P45400346021532514997966](https://www.ciop.pl/CIOPPortalWAR/appmanager/ciop/pl?_nfpb=true&_pageLabel=P45400346021532514997966) *Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy*, Warszawa 2014.