

## ZAWÓD: TECHNIK EKONOMISTA

### PRZEDMIOT: Planowanie przedsięwzięć gospodarczych

Dział Programowy/Tematy jednostek metodycznych	Wymagania edukacyjne Uczeń potrafi:	Poziom wymagań programowych	Stopień wymagań
1. Planowanie w jednostce gospodarczej	podać pojęcie planowania, wymienić etapy planowania	<b>P</b>	<b>K</b>
	wymienić funkcje planowania w przedsiębiorstwie	<b>P</b>	<b>K</b>
	opisać zasady planowania	<b>P</b>	<b>P</b>
	scharakteryzować metody planowania	<b>P</b>	<b>P</b>
	rozróżnić metody planowania	<b>P</b>	<b>K</b>
	wymienić rodzaje planów	<b>P</b>	<b>K</b>
	dobrać metody planowania do obszaru planistycznego	<b>PP</b>	<b>D</b>
	sklasyfikować plany wg różnych kryteriów	<b>PP</b>	<b>R</b>
2. Elementy składowe biznesplanu	wymienić części składowe biznesplanu	<b>P</b>	<b>K</b>
	rozróżnić części składowe biznesplanu	<b>P</b>	<b>K</b>
	opisać części składowe biznesplanu	<b>P</b>	<b>P</b>
	usystematyzować etapy procesu planowania	<b>PP</b>	<b>R</b>
3. Analiza strategiczna przedsięwzięcia	zidentyfikować cele analizy strategicznej jednostki	<b>P</b>	<b>K</b>
	wymienić metody analizy strategicznej (portfelowa BCG, SWOT, benchmarking)	<b>P</b>	<b>P</b>
	wskazać mocne i słabe strony jednostki	<b>P</b>	<b>K</b>
	wskazać szanse i zagrożenia dla jednostki	<b>P</b>	<b>K</b>
	rozpoznać fazy cyklu życia produktu	<b>P</b>	<b>P</b>
	wymienić strategie pozyskania inwestorów	<b>P</b>	<b>P</b>
	rozróżnić główne koncepcje strategiczne według macierzy BCG	<b>PP</b>	<b>R</b>
	przeprowadzić analizę strategiczną przykładowego przedsięwzięcia	<b>PP</b>	<b>D</b>
	porównać działalność jednostki z innymi działającymi w branży	<b>PP</b>	<b>R</b>
	wskazać warianty strategii rozwoju jednostki	<b>PP</b>	<b>D</b>
4. Plan marketingowy	wymienić elementy składowe biznesplanu	<b>P</b>	<b>K</b>
	opisać elementy otoczenia rynkowego	<b>P</b>	<b>P</b>
	wymienić kryteria segmentacji rynku	<b>P</b>	<b>K</b>
	opisać zadania planowania marketingowego	<b>P</b>	<b>P</b>
	określić wpływ mikro i makro otoczenia na funkcjonowanie jednostki	<b>PP</b>	<b>R</b>

	dobrac kryteria segmentacji rynku do cech i potrzeb grup nabywców	<b>PP</b>	<b>D</b>
	wybrać rynek docelowy	<b>PP</b>	<b>R</b>
	sformułować misję i cele marketingowe jednostki	<b>PP</b>	<b>R</b>
	zaplanować strategię produktu, ceny, dystrybucji, promocji i obsługi klienta	<b>PP</b>	<b>R</b>
	dobrac działania marketingowe do rodzaju i przedmiotu prowadzonej działalności	<b>PP</b>	<b>D</b>
	opracować budżet marketingowy	<b>PP</b>	<b>D</b>
5. Plan zatrudnienia	scharakteryzować działalność operacyjną przedsiębiorstwa produkcyjnego, handlowego i usługowego	<b>P</b>	<b>K</b>
	sporządzić wykaz zasobów rzeczowych w zależności od rodzaju i przedmiotu prowadzonej działalności	<b>P</b>	<b>P</b>
	rozróżnić wewnętrzne i zewnętrzne źródła finansowania przedsięwzięcia	<b>P</b>	<b>K</b>
	podać pojęcia i funkcje: zapasu rezerwowego, bieżącego i przeciętnego	<b>P</b>	<b>P</b>
	wyjaśnić zasady obliczania zapasu rezerwowego, bieżącego i przeciętnego	<b>P</b>	<b>K</b>
	sporządzić plan ilościowy produkcji/usług/sprzedaży	<b>PP</b>	<b>R</b>
	obliczyć nakłady inwestycyjne	<b>PP</b>	<b>D</b>
	sporządzić plan nakładów inwestycyjnych	<b>PP</b>	<b>D</b>
	obliczyć ilości i kwoty zapasu rezerwowego, bieżącego i przeciętnego	<b>PP</b>	<b>R</b>
	obliczyć ilości i wartości zapotrzebowania na materiały i towary	<b>PP</b>	<b>R</b>
	rozróżnić struktury organizacyjne	<b>P</b>	<b>R</b>
	wskazać zadania komórek organizacyjnych	<b>P</b>	<b>R</b>
	ustalić liczbę etatów dla pracowników o określonych kwalifikacjach	<b>P</b>	<b>D</b>
	sporządzić schemat organizacyjny jednostki	<b>PP</b>	<b>R</b>
	ustalić zapotrzebowanie na zasoby ludzkie	<b>PP</b>	<b>D</b>
	sporządzić plan zatrudnienia	<b>PP</b>	<b>D</b>
	oszacować kwotę na wynagrodzenia	<b>PP</b>	<b>R</b>
	sporządzić plan płac	<b>PP</b>	<b>R</b>
7. Plan finansowy	rozróżnić pojęcia: przychód, koszty, dochód	<b>P</b>	<b>K</b>
	wskazać źródła finansowania planowanej działalności	<b>P</b>	<b>K</b>
	wymienić koszty planowanej działalności	<b>P</b>	<b>P</b>
	wymienić rodzaje przychodów z planowanej działalności	<b>P</b>	<b>K</b>
	wyjaśnić pojęcie planowanego dochodu	<b>P</b>	<b>K</b>
	podać definicję progu rentowności	<b>P</b>	<b>P</b>

	oszacować nakłady finansowe niezbędne do realizacji przedsięwzięcia	<b>PP</b>	<b>R</b>
	sporządzić zestawienie kwotowe zasobów rzeczowych i źródeł finansowania	<b>PP</b>	<b>D</b>
	obliczyć koszty planowanej działalności	<b>PP</b>	<b>R</b>
	obliczyć przychody z planowanej działalności	<b>PP</b>	<b>R</b>
	sporządzić zestawienie kwotowe planowanych kosztów i przychodów	<b>PP</b>	<b>D</b>
	obliczyć planowany dochód	<b>PP</b>	<b>R</b>
	obliczyć próg rentowności	<b>PP</b>	<b>R</b>
	zinterpretować próg rentowności	<b>PP</b>	<b>D</b>
	ocenić opłacalność przedsięwzięcia	<b>PP</b>	<b>D</b>