

# SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	6
Wstęp	8
<b>Rozdział 1. Podstawy działalności gospodarczej</b>	<b>9</b>
1. Podstawy działalności gospodarczej	10
2. Osoba fizyczna	12
3. Osoba prawna	15
4. Działalność gospodarcza pod szczególnym nadzorem	18
5. Krok po kroku do założenia własnej firmy	23
6. Formy organizacyjno-prawne prowadzenia działalności gospodarczej	28
6.1. Spółka cywilna	29
6.2. Spółka jawna	30
6.3. Spółka partnerska	32
6.4. Spółka komandytowa	33
6.5. Spółka komandytowo-akcyjna	34
6.6. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	35
6.7. Spółka akcyjna	36
7. Ubezpieczenia w działalności podmiotu gospodarczego	39
8. Biznesplan w działalności handlowej	43
9. Podatki w działalności handlowej	46
<b>Rozdział 2. Bezpieczeństwo i higiena pracy</b>	<b>49</b>
1. Obowiązki pracodawcy w zakresie przestrzegania przepisów bhp w zakładzie pracy	50
2. Obowiązki pracownika w zakresie przestrzegania przepisów bhp w zakładzie pracy	55
3. Nadzór nad warunkami bezpieczeństwa i higieny pracy	57
4. Przepisy dotyczące ochrony środowiska	64
5. Bezpieczeństwo podmiotu gospodarczego	72
6. Ochrona praw autorskich	78
7. Ochrona danych osobowych	82
<b>Rozdział 3. Wybrane zagadnienia prawa pracy</b>	<b>85</b>
1. Powstanie stosunku pracy	86
1.1. Rodzaje umów o pracę	88
1.2. Rozwiązanie umowy o pracę	93
1.3. Wynagrodzenie pracownika	97
1.4. Wydajność pracy	99

<b>Rozdział 4. Praca biurowa w działalności handlowej</b>	<b>103</b>
1. Sporządzanie pism i przyjmowanie korespondencji	104
1.1. Rodzaje pism	104
1.2. Zasady sporządzania pism	107
1.3. Prowadzenie korespondencji	119
2. Programy biurowe przydatne w działalności handlowej	121
2.1. Programy komputerowe ogólnego wykorzystania	121
2.2. Specjalistyczne programy komputerowe	122
3. Urządzenia biurowe i ich obsługa	124
4. Ergonomiczne stanowisko pracy i zasady bhp	132
<b>Rozdział 5. Marketing w działalności handlowej</b>	<b>135</b>
1. Wpływ rynku na działalność handlową	136
1.1. Rynek i jego elementy	136
1.2. Rynek w marketingu	140
1.3. Czynniki wpływające na decyzje nabywców	142
2. Otoczenie przedsiębiorstwa	145
2.1. Elementy otoczenia przedsiębiorstwa	145
2.2. Mikrootoczenie przedsiębiorstwa	146
2.3. Makrootoczenie przedsiębiorstwa	147
3. Marketing i jego instrumenty	152
3.1. Koncepcje marketingu mix	152
3.2. Produkt w działalności przedsiębiorstwa	153
3.3. Warstwowa koncepcja produktu	160
3.4. Klasyfikacja produktów	162
3.5. Cykl życia produktu	164
3.6. Analiza portfelowa	167
3.7. Strategie produktu	169
3.8. Cena produktu	171
3.9. Strategie cenowe	172
3.10. Różnicowanie cen	176
3.11. Modele dystrybucji	178
3.12. Strategie dystrybucji	179
3.13. Nowoczesne systemy dystrybucyjne	180
3.14. Pojęcie promocji	183
3.15. Narzędzia promocji	185
3.16. Personel w handlu	188
3.17. Współczesne trendy marketingu	189

4. Badania marketingowe	196
4.1. Istota badań marketingowych	196
4.2. Metody i techniki gromadzenia danych pierwotnych	198
4.3. Budowa kwestionariusza ankiety	200
4.4. Pomiar w badaniu ankietowym	202
<b>Rozdział 6. Przychody i koszty w działalności handlowej</b>	<b>207</b>
1. Przychody w działalności handlowej	208
2. Koszty w działalności handlowej	210
<b>Bibliografia</b>	<b>213</b>

## WPROWADZENIE

Podręcznik „Przedsiębiorca w handlu” został napisany zgodnie z nową podstawą programową kształcenia w zawodzie sprzedawca. Treści zawarte w podręczniku skoncentrowano na efektach kształcenia wyodrębnionych w podstawie programowej, w tym kształcenia obowiązującego we wszystkich zawodach oraz obowiązującego w ramach wybranej grupy zawodów, traktowanego jako podbudowa do uzyskania wyodrębnionych kwalifikacji.

Efekty kształcenia ujawniają się w umiejętnościach, jakie zdobywa uczeń w zawodzie sprzedawca, który:

BHP (1) rozróżnia pojęcia związane z bezpieczeństwem i higieną pracy, ochroną przeciwpożarową, ochroną środowiska i ergonomią;

BHP (2) rozróżnia zadania i uprawnienia instytucji oraz służb działających w zakresie ochrony pracy i ochrony środowiska w Polsce;

BHP (3) określa prawa i obowiązki pracownika oraz pracodawcy w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy;

BHP (7) organizuje stanowisko pracy zgodnie z obowiązującymi wymaganiami ergonomii, przepisami bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska;

BHP (9) przestrzega zasad bezpieczeństwa i higieny pracy oraz stosuje przepisy prawa dotyczące ochrony przeciwpożarowej i ochrony środowiska;

PDG(1) stosuje pojęcia z obszaru funkcjonowania gospodarki rynkowej;

PDG(2) stosuje przepisy prawa pracy, przepisy prawa dotyczące ochrony danych osobowych oraz przepisy prawa podatkowego i prawa autorskiego;

PDG(3) stosuje przepisy prawa dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej;

PDG(4) rozróżnia przedsiębiorstwa i instytucje występujące w branży i powiązania między nimi;

PDG(7) przygotowuje dokumentację niezbędną do uruchomienia i prowadzenia działalności gospodarczej;

PDG(10) planuje i podejmuje działania marketingowe prowadzonej działalności gospodarczej;