Bosna i Hercegovina
Federacija Bosne i Hercegovine
KANTON SARAJEVO
Ministarstvo za odgoj i obrazovanje

Босна и Херцеговина
Федерација Босне и Херцеговине
КАНТОН САРАЈЕВО
Министарство за одгој и образовање

Bosnia and Herzegovina
Federation of Bosnia and Herzegovina
CANTON SARAJEVO
Ministry for Education

INSTITUT ZA RAZVOJ PREDUNIVERZITETSKOG OBRAZOVANJA
KANTON SARAJEVO, BOSNA I HERCEGOVINA

ИНСТИТУТ ЗА РАЗВОЈ ПРЕДУНИВЕРЗИТЕТСКОГ ОБРАЗОВАЊА
КАНТОН САРАЈЕВО, БОСНА И ХЕРЦЕГОВИНА

PRE-UNIVERSITY EDUCATION
INSTITUTE OF SARAJEVO CANTON
BOSNIA AND HERZEGOVINA

OSNOVE TRGOVINE

Nastavni plan i program/predmetni kurikulum zasnovan na ishodima učenja

SADRŽAJ

PK1 – Opis predmeta 2
PK2 – Ciljevi učenja i podučavanja 3
PK3 – Oblasna struktura predmetnog kurikuluma 4
PK4 – Odgojno-obrazovni ishodi 5
Godine učenja i podučavanja predmeta: 1 5
PK5 – Učenje i podučavanje 9
PK6 – Vrednovanje u predmetnom kurikulumu 10

Riječi i pojmovi koji imaju rodno značenje korišteni u ovom dokumentu odnose se jednako na muški i ženski rod, bez obzira jesu li korišteni u muškom ili ženskom rodu.

PK1 – Opis predmeta

Nastavni predmet Osnove trgovine podučava se kako bi učenicima omogućilo razumijevanje trgovine na malo, tržišta i trgovačkih pravila. Specifični doprinos nastavnog predmeta uključuje sticanje znanja o trgovačkoj djelatnosti, razumijevanje organizacijskih oblika trgovine, odabir i prodaju asortimana te primjenu marketinških aktivnosti. Ovim učenici razvijaju radne navike, profesionalni identitet i odgovornost, pripremajući ih za uspješno i odgovorno obavljanje poslova u maloprodaji.

Podučavanjem nastavnog predmeta razvijaju se vrijednosti kao što su odgovornost, poštovanje zakonitosti, osjetljivost na potrebe i želje drugih, saradnja, kulturna pismenost i razumijevanje drugih kultura. Učenici također razvijaju profesionalnu odgovornost, osjećaj kvalitete rada, uvažavanje različitih mišljenja i ravnopravnost.

Podučavanje nastavnog predmeta doprinosi viziji odgoja i obrazovanja kroz razvoj profesionalnih i socijalnih kompetencija učenika. Svrha i ciljevi odgoja i obrazovanja ostvaruju se kroz sticanje znanja i vještina potrebnih za samostalno obavljanje poslova u maloprodaji, razvijanje radnih navika, odgovornosti, inicijative i timskog rada. Učenici također uče kako kritički procijeniti društvene i vlastite vrijednosti, te kako primijeniti stečeno znanje u praktičnim situacijama.

Nastavni predmet doprinosi razvoju ključnih kompetencija kroz razumijevanje i primjenu znanja o tržištu i trgovini, razvijanje vještina prodaje i marketinga te sticanje sposobnosti analize tržišnih faktora i funkcioniranja tržišne privrede. Učenici također razvijaju komunikacijske vještine, kritičko mišljenje, sposobnost rješavanja problema i timski rad.

Predmetno-specifične kompetencije koje se razvijaju uključuju razumijevanje organizacijskih oblika trgovine, odabir i prodaju asortimana, primjenu marketinških aktivnosti, analiziranje tržišnih faktora i funkcionisanje tržišne privrede. Učenici također stiču sposobnost prepoznavanja poslovnih subjekata, samostalnog iznošenja ideja i stavova te prihvaćanja rizika pri registraciji poslovnog subjekta.

Podučavanje nastavnog predmeta doprinosi realizaciji međupredmetnih tema kao što su socijalni i lični razvoj, učenje kako učiti, građanski odgoj i obrazovanje te poduzetništvo. Učenici razvijaju osjećaj za različitost, saradnju, odgovorno i kulturno ponašanje, samoinicijativu i odgovornost te uče kako primijeniti znanje u različitim kontekstima i situacijama.

Nastavni predmet Osnove trgovine pripada odgojno-obrazovnom području ekonomije i poduzetništva**.**

Savremena koncepcija učenja i podučavanja predmeta temelji se na aktivnom učenju, iskustvenom i problemsko-stvaralačkom učenju, istraživačkom pristupu te individualnim i saradničkim oblicima rada. Nastavni sadržaji potiču učenike na razvijanje samostalnog rada, inicijative, odgovornosti i timskog rada. Primjenom informatičke tehnologije i metoda učenja stvaranjem, učenici stiču praktično znanje koje povezuju sa teorijskim osnovama, razvijajući kompetencije potrebne za rad u maloprodaji.

Nastavni predmet Osnove trgovine podučava se u prvom razredu srednje stručne škole za zanimanje prodavač/trgovac.

PK2 – Ciljevi učenja i podučavanja

Ciljevi učenja i podučavanja nastavnog predmeta Osnove trgovine, pružaju učenicima okvir za sticanje znanja, vještina i stavova koji su ključni za uspešno obavljanje poslova u trgovini, uzimajući u obzir njihove individualne mogućnosti i potencijal za napredak.

Učenik će:

- Identificirati pojam tržišta, razumjeti osnovne funkcije tržišta i analizirati različite vrste tržišta prema raznim kriterijima.
- Interpretirati osnovne pravne oblike trgovačkih društava, te razlikovati organizacijske oblike pri osnivanju trgovine na malo. Takođe će moći razlikovati karakteristike poslovanja u trgovini na veliko i trgovini na malo.
- Razvijaće sposobnost primjene različitih metoda prodaje u skladu sa karakteristikama proizvoda i potrebama kupaca.
- Razumjeti elemente marketing miksa (proizvod, cijena, promocija, distribucija) i moći će primijeniti ove elemente u cilju poboljšanja poslovanja prodavnice.
- Razviti svijest o važnosti etičkog poslovanja, poštovanju zakonskih okvira i odgovornosti prema kupcima i zajednici.

PK3 – Oblasna struktura predmetnog kurikuluma

Uvod u trgovinu i tržišne mehanizme

Ova oblast uvodi učenike u svijet trgovine, pokazujući im njenu ključnu ulogu u funkcioniranju društva. Učenici će shvatiti kako trgovina zadovoljava potrebe ljudi, kako utiče na ekonomski razvoj i životni standard. Razumijevanje tržišnih mehanizama pomaže im da steknu osnovna znanja o interakcijama ponude i potražnje, uticaju konkurencije i formiranju cijena. Osim toga, razvija njihovo kritičko razmišljanje o uticaju tržišnih faktora na život ljudi. Na taj način, učenici stiču svijest o kompleksnosti tržišta i važnosti trgovine za zdrav ekonomski razvoj.

Organizacija trgovine i poslovni procesi

Učenici će steći praktično znanje o različitim oblicima organizovanja trgovačkih društava, upoznavajući se sa razlikama između trgovine na malo i trgovine na veliko. Upoznavanje sa poslovnim procesima u trgovini, kao što su upravljanje zalihama, obrada plaćanja i vođenje poslovne dokumentacije, pomaže im da razviju svijest o organizaciji i funkcioniranju trgovine. Učenici će razviti sposobnost primjenjivanja praktičnih znanja u konkretnim situacijama, učeći kako se pravilno vodi evidencija, obavlja blagajnički rad i upravlja zalihama. Ova oblast razvija njihovu sposobnost organizacije, planiranja i efikasnog obavljanja poslova u trgovini, te pomaže im da se pripreme za buduće zaposlenje u trgovini.

Prodaja, marketing i etičko poslovanje

Kroz ovu oblast učenici uče o važnosti komunikacije sa kupcima i razvijaju prodajne vještine. Učenici će steći znanje o efikasnim tehnikama prezentovanja proizvoda i uvjeravanja kupaca. Upoznavanje sa marketinškim strategijama pomaže im da razumiju kako tržište funkcionira i kako privući i zadržati kupca. Učenje o etičkim aspektima trgovine razvija njihovu svijest o važnosti odgovornosti i poštenja u poslovanju. Učenici će razumjeti kako se moralni principi mogu primjenjivati u trgovini, čime se stvaraju zdravi poslovni odnosi i osnažuje povjerenje među kupcima i prodavačima.

PK4 – Odgojno-obrazovni ishodi

▶ Srednje ▶I
Godine učenja i podučavanja predmeta: 1

A
Uvod u trgovinu i tržišne mehanizme

Ishodi:	Indikatori
A.1.1. Analizira osnovne funkcije tržišta i uticaj tržišnih faktora na poslovanje trgovačkih subjekata.	A.1.1.1. Razlikuje osnovne funkcije tržišta i njihovu ulogu u ekonomiji. A.1.1.2. Objašnjava uticaj ponude i potražnje na formiranje cijena. A.1.1.3. Analizira konkurenciju kao tržišni faktor koji utiče na poslovanje trgovačkih subjekata. A.1.1.4. Povezuje tržišne faktore sa donošenjem poslovnih odluka.

KLJUČNI SADRŽAJI

Osnovne funkcije tržišta. Ponuda i potražnja. Konkurencija i tržišni faktori. Donošenje poslovnih odluka u kontekstu tržišnih faktora.

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

Mogućnosti efikasnog učenja i poučavanja oblasti – metodičke smjernice

Ostvarenje ishoda učenja zahtijeva kombinaciju teorije i prakse kako bi učenici bolje razumjeli tržište i njegov uticaj na poslovanje. Nastava treba biti interaktivna i povezivati teorijske pojmove sa realnim tržišnim situacijama. Učenici mogu analizirati osnovne funkcije tržišta kroz primjere iz maloprodaje, veleprodaje i online trgovine, koristeći dijagrame i grafikone za lakše shvatanje. Grupni rad i studije slučaja pomoći će im da bolje razumiju tržišne mehanizme. Uticaj ponude i potražnje na cijene može se objasniti kroz igre i simulacije u kojima učenici prate tržišne trendove i analiziraju kako sezonske promjene utiču na cijene. Diskusije i rad u parovima pomoći će im da kroz primjere, poput cijena goriva ili nekretnina, shvate uticaj tržišnih faktora.

Analiza konkurencije uključuje poređenje različitih tipova tržišta, istraživanje strategija uspješnih kompanija i simulaciju tržišne utakmice kroz igru uloga. Kroz diskusije i ekonomske izvještaje učenici će razumjeti kako konkurencija, marketing i inovacije utiču na poslovanje. Za postizanje ishoda učenja preporučuje se kombinacija teorijske nastave, praktičnih zadataka i diskusija o ekonomskim temama.

Mogućnost ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetne korelacije

Moguće je ostvariti korelaciju sa predmetima: Matematika u struci, Informatika, Historija, Komunikacijska psihologija.

Mogućnosti odgojnog djelovanja i razvoja ključnih kompetencija – kompetencijski pristup

Učenici razvijaju ekonomsku i finansijsku pismenost kroz razumijevanje uloge tržišta, ponude i potražnje te uticaja konkurencije na poslovanje. Razvijaju poduzetničke vještine kroz prepoznavanje poslovnih prilika te pronalaženje strategija za povećanje konkurentske prednosti. Učenici unapređuje komunikacijske vještine

kroz jasno izražavanje ekonomskih pojmova i poslovnih odluka, dok socijalne i građanske kompetencije razvija razumijevanjem uloge potrošača i etičkog poslovanja.

B **Organizacija trgovine i poslovni procesi**	
Ishodi:	Indikatori
B.1.1. Razlikuje organizacione oblike trgovačkih društava i njihove karakteristike u maloprodaji i veleprodaji.	B.1.1.1. Opisuje osnovne pravne i organizacione oblike trgovačkih društava. B.1.1.2. Razlikuje ključne karakteristike maloprodaje i veleprodaje. B.1.1.3. Povezuje organizacione oblike trgovačkih društava sa poslovnim procesima u maloprodaji i veleprodaji.
B.1.2. Primjenjuje osnovne poslovne procese u trgovini, uključujući upravljanje zalihama, obradu plaćanja i vođenje poslovne dokumentacije.	B.1.2.1. Demonstrira postupke upravljanja zalihama u trgovini. B.1.2.2. Izvodi postupke obrade plaćanja u trgovini. B.1.2.3. Popunjava i koristi osnovne trgovačke dokumente. B.1.2.4. Povezuje poslovne procese u trgovini sa efikasnošću poslovanja.

KLJUČNI SADRŽAJI

Pravni i organizacioni oblici trgovačkih društava. Maloprodaja i veleprodaja. Upravljanja zalihama, uključujući metode naručivanja, praćenje zaliha, skladištenje i optimizaciju inventara. Vrste plaćanja (gotovina, kartično plaćanje, online transakcije) i postupak fiskalizacije i izdavanja računa. Vođenje poslovne dokumentacije (fakture, otpremnice, narudžbenice, prijemnice i izvještaji o prodaji).

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

Mogućnosti efikasnog učenja i poučavanja oblasti – metodičke smjernice

Nastavnici mogu koristiti predavanja uz vizuelne prikaze, kao što su šeme, tabele i grafikoni, kako bi učenici lakše razumjeli osnovne pravne i organizacione oblike trgovačkih društava, poput d.o.o., d.d., obrta i zadruga. Studije slučaja iz realnog poslovanja mogu se analizirati kroz grupne diskusije i prezentacije, gdje učenici na osnovu dostupnih podataka uočavaju razlike između maloprodajnih i veleprodajnih firmi.

Razrada ključnih karakteristika maloprodaje i veleprodaje može se ostvariti korištenjem multimedijalnih materijala, poput videozapisa i online simulacija, koji prikazuju rad maloprodajnih objekata i veleprodajnih skladišta. Nastavnici mogu organizovati igre uloga u kojima učenici preuzimaju različite uloge u trgovinskim procesima kako bi bolje razumjeli razlike između maloprodaje i veleprodaje. Povezivanje organizacionih oblika trgovačkih društava s poslovnim procesima može se realizovati kroz analizu konkretnih primjera iz lokalne sredine, gdje učenici istražuju dostupne informacije o trgovačkim društvima putem interneta ili poslovnih izvještaja i zatim ih prezentuju u učionici.

Ostvarenje ishoda učenja vezanih za poslovne procese u trgovini može se realizovati kroz demonstraciju postupaka upravljanja zalihama uz pomoć jednostavnih računovodstvenih tabela u Excelu ili korištenjem simuliranih kartica zaliha. Učenici mogu voditi evidenciju o zalihama u zamišljenoj trgovini, bilježiti ulaz i izlaz robe te analizirati optimalne količine narudžbi. Praktične vježbe obrade plaćanja mogu uključivati upotrebu demonstrativnih fiskalnih računa i simulirane prodajne transakcije, gdje učenici igraju uloge prodavača i kupaca kako bi stekli iskustvo u naplati putem različitih metoda plaćanja.

Učenici trebaju razviti vještine popunjavanja i korištenja osnovnih trgovačkih dokumenata kroz vježbe koje uključuju rad sa štampanim i digitalnim obrascima faktura, otpremnica, računa i reklamacija. Korištenjem primjera iz prakse i radom u grupama učenici mogu analizirati ispravnost dokumenata i razumjeti njihovu ulogu u poslovanju. Kroz analitičke zadatke i studije slučaja učenici mogu razmatrati kako efikasno upravljanje zalihama i pravovremena obrada plaćanja utiču na uspješnost trgovačkog poslovanja.

Mogućnost ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

Moguće je ostvariti korelaciju sa predmetima: Matematika u struci, Privredna matematika, Informatika

Mogućnosti odgojnog djelovanja i razvoja ključnih kompetencija – kompetencijski pristup

Učenici će razviti poduzetničke vještine analizirajući trgovačka društva i donoseći zaključke o optimalnim poslovnim modelima. Digitalne kompetencije unaprijediće korištenjem softverskih alata za: upravljanje zalihama, plaćanja i poslovnu dokumentaciju. Matematička i finansijska pismenost će omogućiti tačan obračun cijena, troškova, marži i praktičnih vježbi. Pored toga, učenici će razviti komunikacijske vještine popunjavanjem trgovačke dokumentacije i radom na simuliranim poslovnim situacijama. Rad u timu i rješavanje problemskih zadataka doprinijeće razvoju odgovornosti i profesionalnog odnosa prema radu.

C
Prodaja, marketing i etičko poslovanje

Ishodi	Indikatori
C.1.1. Primjenjuje različite metode prodaje u skladu sa karakteristikama proizvoda i potrebama kupaca.	C.1.1.1. Razlikuje i opisuje različite metode prodaje. C.1.1.2. Demonstrira primjenu odgovarajućih prodajnih tehnika u simuliranim situacijama. C.1.1.3. Analizira uticaj odabrane metode prodaje na zadovoljstvo kupaca i poslovne rezultate.
C.1.2. Objašnjava elemente marketing miksa i njihovu ulogu u unapređenju poslovanja prodavnice.	C.1.2.1. Identifikuje i opisuje osnovne elemente marketing miksa (4P - proizvod, cijena, distribucija i promocija) C.1.2.2. Analizira uticaj pojedinih elemenata marketing miksa na poslovanje prodavnice C.1.2.3. Predlaže strategije unapređenja poslovanja prodavnice kroz optimizaciju marketing miksa
C.1.3. Primjenjuje etičke principe i zakonske propise u poslovanju trgovinskog subjekta	C.1.3.1. Razlikuje osnovne etičke principe i zakonske propise relevantne za poslovanje trgovinskog subjekta. C.1.3.2. Demonstrira ispravno poslovno ponašanje kroz simulaciju radnih situacija u učionici.

KLJUČNI SADRŽAJI

Tradicionalna i savremena prodaja (direktna, indirektna, online prodaja). Prodajne tehnike (prezentacija proizvoda, argumentacija, pregovaranje i zaključivanje prodaje). Prilagođavanje prodajnih metoda vrstama proizvoda i potrebama kupaca. Osnovni elementi marketing miksa. Strategije određivanja cijena, kanali distribucije i promotivne aktivnosti. Osnovni etički principi u trgovini (poštenje, transparentnost, zaštita potrošača). Zakonodavni okvir za trgovačko poslovanje (potrošačka prava, zaštita podataka, fiskalizacija).

PREPORUKE ZA OSTVARENJE ISHODA

Mogućnosti efikasnog učenja i poučavanja oblasti – metodičke smjernice

Učenici će putem predavanja, analize primjera iz prakse i simulacija poslovnih situacija razvijati sposobnost primjene različitih metoda prodaje, razumijevanja marketing miksa i etičkog poslovanja. Teorijska obrada tema biće podržana praktičnim aktivnostima poput studija slučaja, igranja uloga, posmatranja prodajnih procesa i diskusija. U sklopu prodajnih metoda učenici će učiti kako različiti pristupi prodaji utiču na poslovne rezultate i zadovoljstvo kupaca. Analizom marketing miksa učenici će razumjeti uticaj proizvoda, cijene, distribucije i promocije na poslovanje. Biće podstaknuti na izradu prijedloga za unapređenje poslovanja koristeći principe marketing strategije i digitalne alate.

Razmatranje etičkih principa i zakonskih propisa vršiće se analizom pravnih okvira, raspravom o etičkim dilemama i simulacijom poslovnih situacija. Učenici će praktičnim zadacima i grupnim aktivnostima kreirati vlastite prijedloge etičkog kodeksa i učiti o odgovornom poslovanju. Provjera znanja vršiće se putem testova, analiza slučajeva, prezentacija i praktičnih demonstracija, čime će se osigurati povezivanje teorijskih znanja sa stvarnim poslovnim okruženjem.

Mogućnost ostvarivanja međupredmetne povezanosti – međupredmetna korelacija

Moguće je ostvariti korelaciju sa predmetima: Komunikacijska psihologija, Matematika u struci, Informatika.

Mogućnosti odgojnog djelovanja i razvoja ključnih kompetencija – kompetencijski pristup

Učenici će razvijati komunikacijske i prodajne vještine, uključujući prepoznavanje potreba kupaca te sposobnost uvjerljive prezentacije proizvoda. Steći će poslovne i ekonomske kompetencije, kao što su razumijevanje metoda prodaje i analiza marketing miksa. Razvijaće kritičko mišljenje i sposobnost rješavanja problema predlaganjem unapređenja poslovanja i inovativnih prodajnih strategija. Takođe će se upoznati sa zakonskim propisima i etičkim principima poslovanja, što uključuje primjenu odgovornog poslovnog ponašanja i profesionalnog odnosa prema kupcima. Nastava će ih osposobiti za osnovnu primjenu digitalnih alata u prodaji i marketingu. Kroz timski rad i saradnju, učenici će razviti profesionalni odnos prema poslu i usmjerenost na potrebe kupaca.

PK5 – Učenje i podučavanje

Učenje i podučavanje zasniva se na metodama kao što su aktivno, iskustveno i istraživačko učenje**,** uz individualni i timski rad. Cilj je omogućiti učenicima da razumiju i primijene znanja o trgovini, tržištu, prodaji i marketingu**,** prilagođavajući nastavu njihovim sposobnostima. Nastava se prilagođava različitim stilovima učenja analizom tržišta, simulacijama prodajnih procesa i istraživačkim projektima. Učenici napreduju vlastitim tempom, uz dodatnu podršku mentorskog rada i grupnih aktivnosti. Učenici se angažuju u stvarnim poslovnim situacijama, igrama uloga i izradi marketinških kampanja. Podstiče se samostalno istraživanje i donošenje odluka, kao i debate o etičkim pitanjima u trgovini. Time razvijaju kritičko mišljenje. Standardna učionica se organizuje tako da omogućava kombinaciju teorije i prakse. Mogu se koristiti interaktivni nastavni materijali i poslovne simulacije. Nastava se obogaćuje analizom primjera iz prakse, rješavanjem zadataka i radom na konkretnim poslovnim scenarijima. Učenici mogu da rade samostalno, u paru ili timu. Projekti i praktični zadaci omogućavaju primjenu stečenog znanja u realnim situacijama i razvoj poslovnih vještina. Digitalni alati koriste se za pristup online resursima, analizu tržišta i interaktivne simulacije. Za učenje koriste se:

- Praktični poslovni priručnici i zakonodavni okviri
- Multimedijalni materijali i interaktivne prezentacije
- Studije slučaja i analize tržišta
- Nastavni listići i radni materijali prilagođeni učionici

PK6 – Vrednovanje u predmetnom kurikulumu

Vrednovanje ima svrhu praćenja napredovanja učenika u razvijanju znanja, vještina i stavova koji su ključni za razumijevanje trgovinskih procesa, tržišnih mehanizama i primjene marketinga u maloprodaji. Osim što omogućava uvid u postignuća, vrednovanje se koristi i kao alat za usmjeravanje i unapređenje procesa učenja i podučavanja, te kao sredstvo motivacije učenika.

Usmjereno je na postizanje definiranih odgojno-obrazovnih ishoda i obuhvata praćenje napretka u savladavanju nastavnih sadržaja i razvoju kompetencija potrebnih za obavljanje poslova u maloprodaji. U tom procesu primjenjuju se tri osnovna pristupa vrednovanju:

- **Vrednovanje za učenje (formativno)** koristi se za kontinuirano praćenje napretka učenika, davanje povratnih informacija i prilagođavanje nastavnog procesa u cilju ostvarivanja ciljeva učenja. Učenici aktivno učestvuju u samoprocjeni i vršnjačkom vrednovanju.
- **Vrednovanje kao učenje** podstiče učenike da prepoznaju vlastite stilove i strategije učenja, razvijaju metakognitivne vještine i sposobnost samorefleksije. Kroz vođenje dnevnika učenja, analizu tržišnih primjera i timske rasprave, učenici postaju svjesniji svog procesa učenja i ostvarenog napretka.
- **Vrednovanje naučenog (sumativno)** primjenjuje se na kraju nastavnog procesa radi procjene ostvarenosti ishoda učenja, uz korištenje različitih oblika provjere, poput pisanih testova, prezentacija, praktičnih zadataka, izrade studija slučaja i simulacija tržišnih situacija.

Formativno i sumativno vrednovanje temelji se na jasno definisanim kriterijima, čime se osigurava objektivna i transparentna procjena stečenih kompetencija. Na taj način učenici dobijaju jasan uvid u svoj razvoj i postignuća.

Vrednovanje obuhvata procjenu znanja i razumijevanja osnovnih pojmova iz oblasti trgovine i tržišta, kao i sposobnost primjene tog znanja u konkretnim situacijama iz maloprodajne prakse. Posebna pažnja posvećuje se analitičkom razmišljanju, donošenju poslovnih odluka, razvoju komunikacijskih i prodajnih vještina, poštivanju etičkih načela u poslovanju, te samostalnosti i inicijativi u učenju i rješavanju problema.

Učenici učestvuju u različitim aktivnostima kao što su individualni i grupni zadaci, analiza praktičnih primjera i studija slučaja, simulacije tržišnih situacija, samoprocjena i vršnjačko vrednovanje. Također vode portfolije i prezentuju svoje projekte, čime dodatno demonstriraju svoj napredak i razumijevanje gradiva.

Ovakav pristup vrednovanju doprinosi razvoju ključnih i predmetno-specifičnih kompetencija, te potiče usvajanje vrijednosti kao što su odgovornost, saradnja, etika i profesionalnost.