Pracovník/pracovnice podpory prodeje (kód: 66-046-N)

Autorizující orgán: Ministerstvo průmyslu a obchodu
Skupina oborů: Obchod (kód: 66)
Týká se povolání: Specialista pro podporu prodeje a tvorbu letákových akcí
Kvalifikační úroveň NSK - EQF: 5

Odborná způsobilost

Název	Úroveň
Provádění analýz, vyhodnocení a výběr vhodných médií pro reklamní kampaně	5
Zpracovávání odhadů nákladů (cen) připravovaných reklamních kampaní	5
Zajištění zhotovení propagačních letáků pro podporu nabízeného zboží v akci	5
Zajišťování a organizace reklamních a propagačních akcí	5
Vyhodnocování výsledků reklamních kampaní	5
Obsluha kancelářských programů	5

Platnost standardu

Standard je platný od: 21.10.2022

Organizační a metodické pokyny

Pokyny k realizaci zkoušky

Autorizovaná osoba informuje, které doklady musí uchazeč předložit, aby zkouška proběhla v souladu s platnými právními předpisy.
Před zahájením vlastního ověřování musí být uchazeč seznámen s pracovištěm a s požadavky bezpečnosti a ochrany zdraví při práci (BOZP) a požární ochrany (PO), o čemž bude autorizovanou osobou vyhotoven a uchazečem podepsán písemný záznam.

Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby, je oprávněna předčasně ukončit zkoušku, pokud vyhodnotí, že v důsledku činnosti uchazeče bezprostředně došlo k ohrožení nebo bezprostředně hrozí nebezpečí ohrožení zdraví, života a majetku či životního prostředí. Zdůvodnění předčasného ukončení zkoušky uvede AOs do Záznamu o průběhu a výsledku zkoušky. Uchazeč může ukončit zkoušku kdykoliv v jejím průběhu, a to na vlastní žádost.

Zdravotní způsobilost pro vykonání zkoušky není vyžadována.

Na základě domluveného časového termínu zkoušky na pozici *pracovník podpory prodeje* se autorizovaná osoba zaměří na praktické činnosti, které charakterizují danou pracovní pozici. Veškeré uvedené úkoly a činnosti budou realizovány na pracovišti, které bude mít dostačující zázemí a prostory, které bude splňovat požadavky k možnosti ověření získaných znalostí a dovedností uchazeče. Nutností k praktickému ověření uchazeče je také poskytnout dostatečné technické vybavení, které je uvedeno v bodě nezbytných materiálních a technických předpokladů pro provedení zkoušky.
Hlavní podstatou je ověření praktických činností, které musí uchazeč na dané pracovní pozici splňovat a musí prokázat svou znalost k provádění a ke splnění zadaných úkolů. Během praktických činností je nutné dodržovat PO a BOZP na pracovišti, kde bude probíhat závěrečná zkouška.
Cílem zkoušky je ověřit, zda je uchazeč schopen na základě analýzy připravit návrh konkrétního typu reklamní kampaně, včetně výběru vhodného média (tisk, televize, rozhlas, facebok nebo instagram) a vypočítat předpokládané náklady na tuto reklamní kampaň. Pro tvorbu jednotlivých analýz budou uchazeči při zahájení zkoušky poskytnuty potřebné informace dle požadovaných výstupů, např. sortiment (katalogy s konkrétním zaměřením), zaměření reklamní kampaně (jaro, léto, podzim, zima, zahrada, sport, hračky nebo oblečení), zaměření zadávající firmy (obchod, výroba nebo služby) a typ výstupu a prezentace. Tyto poskytnuté informace použije i při sestavení optimálního časového harmonogramu.
Součástí zkoušky je ověření schopnosti zvolit dodavatele, který je schopen zajistit produkci požadovaných materiálů dle zadání, tj. efektivní poměr položek do reklamní kampaně dle zadání. Uchazeči bude zadán sortiment výrobků určených k promoci z oblasti výrobků rychlé spotřeby (pekárenské, masné a zeleninové výrobky) a dlouhodobého využití (výrobky průmyslového chrakteru).
Pro úspěšné složení zkoušky je také nutné orientovat se v komunikačních technologiích, které umožní oslovovat a zadávat zakázky reklamním společnostem na trhu. Uchazeč musí prokázat používání online přístupu k reklamním médiím realizujícím reklamní kampaně, tak aby mohl předvést na počítači vyhledání konkrétních dodavatelů dle zadaných kritetií včetně kontaktů a nabídky jejich služeb a tyto informace mohl zpracovat do přehledné tabulky, a tuto prezentovat zadávající firmě - zkoušejícímu - pro výběr vhodného dodavatele.
Uchazeč musí prokázat schopnost stanovit hodnoticí kritéria pro výběrové řízení na dodavatele služeb a na základě doručených nabídek doporučit nejlepšího dodavatele, který je schopen realizovat spolehlivě dodávky dle stanovených hodnoticích kritérií (velikost letáku, materiál, barevnost, počet stran letáku, cena, kvalita, časová náročnost a doba splatnosti, prezentace v médiích, barevnost, počet spotů, cena, kvalita a časová náročnost spotů a prezentací, doba splatnosti.)
Před zahájením zkoušky bude uchazeči určeno, v jaké formě zpracuje návrh reklamní kampaně (v tištěné formě nebo elektronicky) a pro jakou konkrétní formu prodeje bude tento návrh zpracován, včetně předpokládaných nákladů na tuto reklamní aktivitu. Při vyhodnocení reklamní kampaně rozčlení jednotlivé druhy nákladů na reklamní kampaň a s ohledem na zařazené výrobky a jejich marži vypočte předpokládanou návratnost investice v návaznosti na objem prodaných výrobků v době trvání reklamní kampaně.
Pro splnění některých úkolů uvedených v kritériích hodnocení je potřeba poskytnout uchazeči firemní podklady, které jsou uvedeny v materiálních a technických předpokladech pro provedení zkoušky.

Autoři standardu

Autoři kvalifikačního standardu

Kvalifikační standard profesní kvalifikace připravila SR pro obchod a marketing, ustavená a licencovaná pro tuto činnost HK ČR a SP ČR.

Na tvorbě se dále podílely subjekty zastoupené v pracovní skupině:
Coop
Dm drogerie markt
Kaufland
Střední škola hotelnictví