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

Autorizující orgán: Ministerstvo průmyslu a obchodu
Skupina oborů: Obchod (kód: 66)
Týká se povolání:
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: 29.11.2016 do: 19.08.2020

Kritéria a způsoby hodnocení

Provádění analýz, vyhodnocení a výběr vhodných médií pro reklamní kampaně

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vyjmenovat základní formy propagace výrobků pro různé cílové skupiny a stanovit klady a zápory těchto druhů propagace	Ústní ověření
b) Vyjmenovat základní formy propagace za pomocí médií u nabízených výrobků a vyhodnotit nejvíce využívanou variantu podpory prodeje dle charakteru nabízeného zboží	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Sestavit optimální časový harmonogram propagace a vybrat vhodné výrobky k propagaci dle chování zákazníků v různých obdobích roku - vliv sezónnosti	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Vybrat optimální reklamní kampaň na nabízené výrobky pro lokální reklamu, kde jsou propagovány výrobky v pravidelných časových intervalech a vysvětlit základní výhody zvoleného reklamního média	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Vybrat optimální druh reklamní kampaně pro propagaci nových výrobků a sezónního zboží v závislosti na typologii zákazníků a místa určení reklamy (velkoměsto, maloměsto, vesnice)	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Vyjmenovat základní způsoby logistiky propagačních materiálu ke konečnému spotřebiteli a vysvětlit jejich základní výhody a nevýhody	Ústní ověření
g) Stanovit základní hodnoticí kritéria výběru dodavatele vhodných reklamních médií	Praktické předvedení a ústní ověření
h) Vyjmenovat druhy komunikačních kanálů pro oslovení potenciálních dodavatelů zaměřených na reklamu z hlediska výběrového řízení	Ústní ověření
i) Vyhledat na internetu 3 dodavatele tiskových služeb a na základě výběrového řízení, hodnotícího zejména kvalitu a cenu tisku, vybrat nejvhodnějšího kandidáta	Praktické předvedení
j) Vyhledat na internetu 3 dodavatele grafických návrhů a na základě výběrového řízení, hodnotícího zejména reference a cenu, vybrat nejvhodnějšího kandidáta	Praktické předvedení

Je třeba splnit všechna kritéria.

Zpracovávání odhadů nákladů (cen) připravovaných reklamních kampaní

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Zjistit nabídky od dodavatelů na internetu na tvorbu tištěné reklamy (tvorba letáku) dle zadaných kritérií a norem od zadavatele	Praktické předvedení
b) Zpracovat a předložit nabídku tištěné reklamy v prezenční formě vedení firmy pro výběr vhodného dodavatele (bez vizualizace)	Praktické předvedení

Je třeba splnit obě kritéria.

Zajištění zhotovení propagačních letáků pro podporu nabízeného zboží v akci

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vysvětlit současný vliv propagačních letáků na prodej promovaného zboží	Ústní ověření
b) Vysvětlit základní charakteristické znaky letáku dle předloženého vzoru letáku od dodavatele či prodejce	Ústní ověření
c) Stanovit základní počet propagovaných položek v letáku pro zajištění zajímavosti a efektivnosti letáku	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Uvést nutné informace, které musí být uvedeny u výrobků ze strany dodavatelů a samotného prodejce v letáku směrem k zákazníkům	Ústní ověření
e) Stanovit, v jakém poměru budou zastoupeny propagované výrobky dle jednotlivých kategorií v letáku	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Vysvětlit pojem měrná jednotka a ukázat na názorném příkladu správný přepočet ceny za měrnou jednotku u nabízeného zboží	Praktické předvedení a ústní ověření
g) Vysvětlit pojem zalistovací poplatek položek určených do letáků	Ústní ověření
h) Vysvětlit pojem privat label u zboží v letákových akcích	Ústní ověření
i) Vyjmenovat základní značky či loga v ČR charakterizující kvalitu výrobku či jeho regionalitu	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Zajišťování a organizace reklamních a propagačních akcí

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vyjmenovat základní formy propagačních akcí určených pro širokou věřejnost	Ústní ověření
b) Sestavit návrh reklamní kampaně realizované přímo na maloobchodní prodejně	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Určit předběžnou výši rozpočtu na reklamní aktivitu na maloobchodní prodejně	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Stanovit hodnoticí kritérium pro zajištění vyhodnocení efektivnosti propagační akce na prodejně	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Vyhodnocování výsledků reklamních kampaní

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Určit, dle jaké metriky bude probíhat vyhodnocení reklamní kampaně	Praktické předvedení a ústní ověření
b) Popsat základní cíle kampaně a sdělit očekávané výsledky firmy	Ústní ověření
c) Vysvětlit pojem návratnost investic a jak souvisí s reklamní kampaní	Ústní ověření
d) Vysvětlit pojem marže u promovaných výrobků a jak souvisí s návratností investice	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Obsluha kancelářských programů

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vyjmenovat základní typy programů běžně používaných v praxi při práci s PC s přihlédnutím k náplni práce	Ústní ověření
b) Vyjmenovat, které z běžně používaných programů kancelářských balíčků jsou vhodné pro vytváření finančních statistik, analýz a reportů	Ústní ověření
c) Vytvořit v textovém editoru kopii části textu dle předloženého naformátovaného vzoru	Praktické předvedení
d) Vytvořit v tabulkovém procesoru na základě poskytnutých dat tabulku, která bude zachycovat meziroční indexové změny dané veličiny, její kumulativní nárůst, a to vše za použití tzv. vzorců - tedy automatického výpočtu veličiny po dosazení hodnot	Praktické předvedení
e) Převést výstupy ze dvou výše uvedených kritérií hodnocení do přenosného tiskového formátu (angl. zkr. PDF)	Praktické předvedení
f) Odeslat vzniklý soubor PDF z předcházejícího kritéria za využití libovolného poštovního klienta na uvedenou adresu	Praktické předvedení

Je třeba splnit všechna kritéria.

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). Zdravotní způsobilost 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 reklamní kampaně, včetně výběru vhodného média a stanovení odhadu nákladů. Součástí zkoušky je ověření schopnosti zvolit dodavatele, který je schopen zajistit produkci požadovaných materiálů dle zadání, tj. efektivní poměr položek do letáku (poměr nabízených výrobků pečiva, masa, uzenin, koloniálu a dalšího druhu sortimentu určeného k promoci). 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 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).
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.

Výsledné hodnocení

Zkoušející hodnotí uchazeče zvlášť pro každou kompetenci a výsledek zapisuje do záznamu o průběhu a výsledku zkoušky. Výsledné hodnocení pro danou kompetenci musí znít „splnil“ nebo „nesplnil“ v závislosti na stanovení závaznosti, resp. nezávaznosti jednotlivých kritérií u každé kompetence. Výsledné hodnocení zkoušky zní buď „vyhověl“, pokud uchazeč splnil všechny kompetence, nebo „nevyhověl“, pokud uchazeč některou kompetenci nesplnil. Při hodnocení „nevyhověl“ uvádí zkoušející vždy zdůvodnění, které uchazeč svým podpisem bere na vědomí.

Počet zkoušejících

Zkouška probíhá před jednou autorizovanou osobou; zkoušejícím je jedna autorizovaná fyzická osoba s autorizací pro příslušnou profesní kvalifikaci anebo jeden autorizovaný zástupce autorizované podnikající fyzické nebo právnické osoby s autorizací pro příslušnou profesní kvalifikaci.

Požadavky na odbornou způsobilost autorizované osoby, resp. autorizovaného zástupce autorizované osoby

Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby musí splňovat alespoň jednu z následujících variant požadavků:

a) Středoškolské vzdělání v oboru obchod a alespoň 5 let odborné praxe na uvedené či obdobné pracovní pozici, z toho minimálně jeden rok v období dvou let před podáním žádosti o udělení autorizace.
b) Středoškolské vzdělání v oboru propagace a alespoň 5 let odborné praxe na uvedené či obdobné pracovní pozici, z toho minimálně jeden rok v období posledních dvou let před podáním žádosti o udělení autorizace.
c) Vysokoškolské vzdělání v oblasti marketingu a marketingové komunikace a alespoň 5 let odborné praxe, z toho minimálně jeden rok v období posledních dvou let před podáním žádosti o udělení autorizace.

Další požadavky:
a) Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby, která nemá odbornou kvalifikaci pedagogického pracovníka podle zákona č. 563/2004 Sb., o pedagogických pracovnících a o změně některých zákonů, ve znění pozdějších předpisů, nebo nemá odbornou kvalifikaci podle zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, nebo praxi v oblasti vzdělávání dospělých (včetně praxe z oblasti zkoušení), nebo nemá osvědčení o profesní kvalifikaci 75-001-T Lektor dalšího vzdělávání, musí být absolventem přípravy zaměřené zejména na praktickou aplikaci části první, hlavy III a IV zákona č. 179/2006 Sb., o ověřování a uznávání výsledků dalšího vzdělávání a o změně některých zákonů (zákon o uznávání výsledků dalšího vzdělávání) ve znění pozdějších předpisů, a přípravy zaměřené na vzdělávání a hodnocení dospělých s důrazem na psychologické aspekty zkoušení dospělých v rozsahu minimálně 12 hodin.
b) Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby, musí být schopna organizačně zajistit zkušební proces včetně vyhodnocení na PC a vydání jednotného osvědčení (stačí doložit čestným prohlášením).

Žadatel o udělení autorizace prokazuje splnění požadavků na odbornou způsobilost předložením dokladu nebo souboru dokladů o získání odborné způsobilosti autorizujícímu orgánu nebo jiným postupem stanoveným autorizujícím orgánem.

Žádost o autorizaci naleznete na stránkách autorizujícího orgánu: Ministerstvo průmyslu a obchodu, www.mpo.cz

Nezbytné materiální a technické předpoklady pro provedení zkoušky

Výpočetní technika vybavená operačním systémem, tabulkovým procesorem, editačním programem, programem pro prezentaci a internetovým prohlížečem s online připojením. Dodatečně může být použit dataprojektor pro znázornění nabídek dodavatelů při plnění úkolu výběrového řízení na reklamní firmy. Pro ověření znalostí uchazeče a splnění zadaných úkolů podle standardu musí být pro uchazeče k dispozici: názorné propagační letáky podporovaných výrobků, požadavky na tvorbu letáků a propagačních materiálů, přehledy marží na letákové výrobky a přehled měrných jednotek u daného sortimentu zboží. Pro ukázku může autorizovaná osoba použít základní marketingové nástroje využívané v letáku a nechat vysvětlit uchazeče, co daná loga či popisky znázorňují.

Autorizovaná osoba, resp. autorizovaný zástupce autorizované osoby musí zajistit, aby pracoviště byla uspořádána a vybavena tak, aby pracovní podmínky pro realizaci zkoušky z hlediska BOZP odpovídaly bezpečnostním požadavkům a hygienickým limitům na pracovní prostředí a pracoviště.

K žádosti o udělení autorizace žadatel přiloží seznam svého materiálně-technického vybavení dokládající soulad s požadavky uvedenými v hodnoticím standardu pro účely zkoušky. Pokud žadatel bude při zkouškách využívat materiálně-technické vybavení jiného subjektu, přiloží k žádosti o udělení nebo prodloužení platnosti autorizace smlouvu (popřípadě smlouvy) umožňující jeho užívání nejméně po dobu 5 let ode dne podání žádosti o udělení nebo prodloužení platnosti autorizace.

Doba přípravy na zkoušku

Celková doba přípravy na zkoušku (včetně případných časů, kdy se uchazeč připravuje během zkoušky) je 15 až 20 minut. Do doby přípravy na zkoušku se nezapočítává doba na seznámení uchazeče s pracovištěm a s požadavky BOZP a PO.

Doba pro vykonání zkoušky

Celková doba trvání vlastní zkoušky (bez času na přestávky a na přípravu) je 4 až 6 hodin (hodinou se rozumí 60 minut).

Autoři standardu

Autoři hodnoticího standardu

Hodnoticí 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:
Distribuční centrum BRNĚNKA, spol. s r. o.
Maloobchodní síť BRNĚNKA, spol. s r. o.
PRAMEN-BRNĚNKA, spol. s r. o.