Oblastní manažer velkoobchodu pro svěřenou oblast (kód: 66-026-N)

Autorizující orgán: Ministerstvo průmyslu a obchodu
Skupina oborů: Obchod (kód: 66)
Týká se povolání:
Kvalifikační úroveň NSK - EQF: 5

Odborná způsobilost

Název	Úroveň
Komunikace při styku s klienty a zákazníky velkoobchodu	5
Poskytování informací a rad s cílem zapojení stávajících zákazníků a získání nových zákazníků pro účast v nových reklamních kampaních (akviziční činnost)	5
Projednávání požadavků zákazníků v rámci zákaznického servisu	5
Poskytování rad a informací o nabízených výrobcích, včetně správného způsobu skladování a manipulace	5
Projednávání objednávek a obchodních smluv s obchodními partnery i se zákazníky	5
Reprezentace zájmů organizace na jednáních s obchodními partnery a dalšími subjekty	5
Navrhování dílčích opatření v oblasti metod a způsobů zjišťování údajů pro marketingový výzkum	5
Vedení vybraných evidencí (např. evidence zakázek, evidence zákazníků) a to dle požadovaných kritérií (dle typů zakázek, sídel, způsobů placení apod.)	5
Sběr údajů, jejich analýza a tvorba plánů s ohledem na prognózu budoucího vývoje trhu v daném odvětví v rámci svěřené oblasti	5
Řízení a motivace zaměstnanců velkoobchodu	5

Platnost standardu

Standard je platný od: 28.04.2015 do: 06.06.2021

Kritéria a způsoby hodnocení

Komunikace při styku s klienty a zákazníky velkoobchodu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat druhy komunikačních nástrojů mezi firmou a zákazníkem	Ústní ověření
b) Vytvořit informační e-mail s nabídkou sortimentu pro stávající zákazníky, včetně základní charakteristiky výrobku a obecných informací o prodeji a dodání zboží	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Prezentovat nabídky výrobků na základě tištěných a elektronických zdrojů dat firmy	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Prezentovat druhé straně vybranou firmu dle veřejně zjištěných informací za pomocí tištěných či elektronických zdrojů	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Představit elektronické a informační systémy firmy (např. logistika, objednávání zboží)	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Vyjmenovat a vysvětlit výhody obchodní spolupráce mezi zákazníkem a velkoobchodem (např. benefity a bonusy z objemu odběrů pro zákazníky, individuální nabídka pro strategické zákazníky, přijatelná cenová nabídka, aj.)	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Poskytování informací a rad s cílem zapojení stávajících zákazníků a získání nových zákazníků pro účast v nových reklamních kampaních (akviziční činnost)

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Stanovit efektivní způsob propagace nabízených výrobků firmy a definovat zjednodušenou kalkulaci nákladů dle veřejných nabídek ze stran dodavatelů	Praktické předvedení a ústní ověření
b) Popsat základní komunikační kanály v rámci propagace a vybrat optimální marketingový nástroj v poměru cena vs. kvalita	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Vysvětlit způsoby oslovení nových zákazníků k začlenění do marketingové podpory nabízených výrobků	Ústní ověření
d) Stanovit základní obchodní podmínky pro obchodní partnery s cílem zvýšení atraktivnosti nabídky pro stávající a nové zákazníky	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Navrhnout a jmenovat typy reklamních kampaní na prodejnách s cílem podpořit prodej výrobků	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Provést aktualizaci nabídky výrobků na webových stránkách firmy či na sociálních sítích	Praktické předvedení a ústní ověření
g) Popsat základní údaje sloužící k popisu prezentovaných výrobků, které jsou nutné uvést při propagaci výrobku (např. v tištěné podobě ve formě letáků, internetový obchod, objednávkový systém velkoobchodu určený pro objednávání zboží ze strany zákazníka)	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Projednávání požadavků zákazníků v rámci zákaznického servisu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vysvětlit základní podstatu zákaznického servisu	Ústní ověření
b) Sestavit podstatné kontrolní body zákaznického servisu a poradenské činnosti z hlediska typologie firmy	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Popsat způsoby zajištění zpětné vazby od stávajících zákazníků vzhledem k hodnocení poskytovaných služeb velkoobchodu	Ústní ověření
d) Sestavit základní strukturu hodnoticích formulářů včetně jednotlivých hodnoticích kritérií spokojenosti zákazníků s poskytovanými službami dodavatele	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Zkontrolovat dodržování obchodních podmínek mezi smluvními stranami a navržení benefitů v rámci loajality stávajících zákazníků	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Stanovit postup v rámci zákaznického servisu při reklamaci zboží a služeb v rámci jednotlivých zakázek (dodávek)	Praktické předvedení a ústní ověření
g) Vyplnit jednotlivé části reklamačního listu a definovat jednotlivé části daného formuláře	Praktické předvedení a ústní ověření
h) Zajistit doplňování zboží a kontrolu vystavení zboží na prodejně - category management	Praktické předvedení a ústní ověření
i) Doplnit a upravit zboží v regále za dodržení kritérií a způsobu vystavení (např. správný facing) s využitím marketingových nástrojů pro podporu prodeje - POS ("Point Of Sale" - místo prodeje) a POP ("Point Of Purchase" - místo nákupu) materiály	Praktické předvedení a ústní ověření
j) Popsat a definovat systém slev (rabatů) výrobků a navrhnout cenové výhody pro vybraný sortiment v rámci množstevních slev (např. paletový prodej)	Praktické předvedení a ústní ověření
k) Sestavit a popsat individuální nabídku v rámci cenové relace či bonusů vůči strategickým zákazníkům	Praktické předvedení a ústní ověření
l) Evidovat poskytovaný zákaznický servis dle jednotlivých odběratelů	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Poskytování rad a informací o nabízených výrobcích, včetně správného způsobu skladování a manipulace

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Zhotovit mediální prezentaci vybraného výrobku na PC za využití běžného kancelářského balíčku (samostatný úkol). Prezentovat, vysvětlit a ověřit vzniklé výstupy	Praktické předvedení a ústní ověření
b) Vysvětlit, popsat a prezentovat vybraný výrobek z velkoobchodního katalogu zboží s cílem oslovit nového zákazníka (popis výrobku, funkce a využití výrobku, složení, manipulace a obsluha výrobku - samostatný úkol). Prezentovat, vysvětlit a ověřit vzniklé výstupy	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Popsat základní certifikační normu jakosti vybraného výrobku a vysvětlit požadavky uložení výrobku ve skladovacích prostorech či na prodejně (např. hygienické minimum pro uskladnění výrobku, HACCP, PO a BOZP pro zákazníka při manipulaci s výrobkem)	Ústní ověření
d) Provést zkušební prodej nabízeného výrobku potencionálnímu zákazníkovi - prodej face to face, použití nástrojů direct marketingu a aplikace asertivního obchodního jednání	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Předvést a popsat základní informační zdroje, materiály či nástroje sloužící pro efektivní oslovení a informování potencionálního zákazníka z hlediska získání zájmu o nabízený výrobek	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Popsat a aplikovat základní aspekty marketingového mixu vzhledem k nabízenému výrobku vůči zákazníkovi	Praktické předvedení a ústní ověření
g) Prokázat znalost výběru a schopnost pochopení základních informací o výrobku z předložených datových zdrojů (technický výkres výrobků, tištěný nebo elektronický katalog zboží, skladový systém firmy)	Praktické předvedení a ústní ověření
h) Vysvětlit pojem substituty a komplementy výrobků a stanovit jejich důležitost	Ústní ověření
i) Charakterizovat private label a vysvětlit její výhody a postavení na trhu v rámci prodejnosti	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Projednávání objednávek a obchodních smluv s obchodními partnery i se zákazníky

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vytvořit objednávku na základě telefonického rozhovoru či e-mailu	Praktické předvedení
b) Orientovat se v platných právních předpisech upravující uzavírání objednávek s obchodními partnery	Ústní ověření
c) Vyjmenovat a popsat základní specifika a potřebné údaje objednávky pro nabytí platnosti vystavené objednávky	Ústní ověření
d) Vystavit objednávku zboží za využití elektronického objednávkového systému firmy nebo vyplněním objednávkového listu	Praktické předvedení
e) Zjistit stav zboží za využití elektronického skladového systému velkoobchodu (na PC či tabletu) ke stanovení dostupnosti a termínu dodání požadovaného zboží	Praktické předvedení
f) Vysvětlit a popsat způsob vyjednávání přijatelnějších obchodních podmínek v rámci spolupráce s obchodními partnery	Ústní ověření
g) Stanovit primární motivační prvky pro posílení obchodního vztahu s obchodním partnerem	Ústní ověření
h) Vyplnit a popsat základní obchodní formuláře (objednávkový list, dodací list, fakturu, reklamační list, formulář pro interní neshody)	Praktické předvedení a ústní ověření
i) Sestavit strukturu smlouvy a popsat všeobecné obchodní podmínky smlouvy mezi velkoobchodem a zákazníkem o dodávce zboží	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Reprezentace zájmů organizace na jednáních s obchodními partnery a dalšími subjekty

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Popsat základní filosofii a cíle firmy dle veřejně dostupných informací a prezentovat zjištěné informace druhé straně	Praktické předvedení a ústní ověření
b) Popsat způsob komunikace s obchodními partnery a vyjmenovat výhody plynoucí ze členství v určitém sdružení či obchodní alianci sdružující velkoobchodní sklady (pokud je velkoobchod členem)	Ústní ověření
c) Prezentovat poskytované služby či zboží dle firemního katalogu potencionálním obchodním partnerům či zákazníkům v českém a cizím (anglickém) jazyce	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Předvést ukázku vhodného obchodního vystupování vzhledem k zákazníkovi či obchodnímu partnerovi	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Vyjmenovat základní hodnoticí kritéria vybrané zahraniční země vedoucí k tvorbě strategie vstupu (expanze) firmy na daný zahraniční trh	Ústní ověření
f) Vytvořit krátký průvodní dopis s nabídkou zboží a služeb pro potencionální obchodní partnery (i v cizím jazyce)	Praktické předvedení a ústní ověření
g) Popsat možné komunikační kanály pro prezentaci a přenos informací mezi firmou a oslovenými obchodními partnery	Ústní ověření
h) Vysvětlit běžné výhody pro obchodní partnery při uzavření spolupráce s velkoobchodem (např. lepší logistika zboží ke konečnému zákazníkovi, zvýšení podílu v daném regionu, zvýšení obratu zboží, aj.)	Ústní ověření
i) Sestavit strukturu smlouvy a popsat všeobecné obchodní podmínky smlouvy mezi velkoobchodem a obchodním partnerem (dodavatelem, producentem)	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Navrhování dílčích opatření v oblasti metod a způsobů zjišťování údajů pro marketingový výzkum

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vytvořit marketingové dotazníkové šetření v souladu se základními aspekty a podmínkami tvorby, sloužící pro zjištění spokojenosti stávajících zákazníků firmy s ohledem na nabídku a kvalitu sortimentu (samostatný úkol). Vzniklé výstupy budou následně prezentovány, vysvětleny a ověřeny	Praktické předvedení
b) Aplikovat vytvořený dotazník pro face to face interview se zákazníky na prodejně (samostatný úkol). Vzniklé výstupy budou následně prezentovány, vysvětleny a ověřeny	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Zpracovat získaná data z dotazníku za pomocí běžného SW kancelářského balíčku a vytvořit jednoduché prezentace za využití grafů a popisků statistických výstupů (samostatný úkol). Vzniklé výstupy budou následně prezentovány, vysvětleny a ověřeny	Praktické předvedení
d) Rozdělit oslovené zákazníky dle demografických údajů a vytvořit segmenty zákazníků dle velikosti jejich nákupů (samostatný úkol). Vzniklé výstupy budou následně prezentovány, vysvětleny a ověřeny	Praktické předvedení
e) Zjistit za využití veřejně dostupných zdrojů potencionální konkurenty firmy v obdobném oboru podnikání (lokalitě) a zdůvodnit jejich výběr	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Vyjmenovat základní formy distribuce výrobků ke konečnému spotřebiteli a popsat jejich výhody a nevýhody	Ústní ověření
g) Vysvětlit základní obsahovou stránku PEST analýzy a aplikovat tuto analýzu na současnou situaci na českém trhu.	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Vedení vybraných evidencí (např. evidence zakázek, evidence zákazníků) a to dle požadovaných kritérií (dle typů zakázek, sídel, způsobů placení apod.)

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Sestavit stručnou databázi odběratelů (za využití běžného SW kancelářského balíčku) na základě poskytnutých vstupních dat a rozčlenit jednotlivé odběratele dle hodnoticích kritérií velkoobchodu	Praktické předvedení
b) Analyzovat a evidovat aktuální stav objednávek vůči jednotlivým obchodním partnerům, vést seznam podporovaných obchodních partnerů, vyhodnocovat efektivitu závozů	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Vyhodnotit velikost odběrů jednotlivých zákazníků za zvolené časové období	Praktické předvedení a ústní ověření
d) Zhodnotit z dostupných dat kvalitu dodávek a dodržování jakostních a kvantitativních norem dovážených výrobků	Praktické předvedení a ústní ověření
e) Vytvořit přehlednou statistiku (za využití grafů a tabulek) z poskytnutých dat pro zhodnocení prodejů dle jednotlivých zákazníků (objem odběrů za zákazníka, tržby, počet zákazníků, výše průměrného nákupu - samostatný úkol). Vzniklé výstupy budou následně prezentovány, vysvětleny a ověřeny	Praktické předvedení
f) Na základě objemu odběrů definovat dle Paretova pravidla poměr obratu zboží 80/20 a určit vysoce obrátkové zboží (samostatný úkol). Vzniklé výstupy budou následně prezentovány, vysvětleny a ověřeny	Praktické předvedení a ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Sběr údajů, jejich analýza a tvorba plánů s ohledem na prognózu budoucího vývoje trhu v daném odvětví v rámci svěřené oblasti

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vyjmenovat základní zdroje pro sběr informací charakterizující vývoj trhu či daný region	Ústní ověření
b) Sestavit zjednodušenou PEST (P - politicko-legislativní analýzu, E - ekonomickou analýzu, S - sociálně-kulturní analýzu, T - technologickou analýzu) analýzu makroprostředí	Praktické předvedení a ústní ověření
c) Vyjmenovat základní aspekty a vlivy SWOT (S - strenghts - silné stránky, W - weaknesses - slabé stránky, O - oppurtunities - příležitosti, T - threats - hrozby) analýzy českého trhu v návaznosti na dané odvětví	Ústní ověření
d) Sestavit statistiku (za využití běžného kancelářského balíčku) výše prodejů za dané roční období	Praktické předvedení
e) Vyhodnotit ze statistik prodejů sezónní poptávku po zboží (nákupní trendy, sezónní výkyvost poptávky, výše odběrů dle jednotlivých měsíců, aj.)	Praktické předvedení a ústní ověření
f) Identifikovat typologii zákazníka firmy na základě firemních dat a stanovit zjednodušený optimální obchodní plán firmy na dané období (typologie zboží, způsob prodeje, logistika, aj.)	Ústní ověření

Je třeba splnit všechna kritéria.

Řízení a motivace zaměstnanců velkoobchodu

Kritéria hodnocení	Způsoby ověření
a) Vysvětlit základní zásady efektivního vedení podřízených pracovníků a popsat základní principy přerozdělování úkolů, včetně způsobu zpětné kontroly plnění zadaných úkolů	Ústní ověření
b) Definovat způsoby odměňování a motivování podřízených pracovníků včetně aplikace variabilní složky mzdového ohodnocení	Ústní ověření
c) Jmenovat způsob delegace pracovních úkolů podřízeným pracovníkům	Ústní ověření
d) Stanovit hodnoticí kritéria pro ocenění podřízených pracovníků	Ústní ověření

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 je vyžadována.
Při manipulaci uchazeče se zbožím, které má charakter potravin či obdobných výrobků, je nutné předložení platného potravinářského průkazu.
V rámci zkoušky na pozici Oblastní manažer velkoobchodu pro svěřenou oblast se autorizovaná osoba zaměří na praktické činnosti a teoretické poznatky, které charakterizují danou pracovní pozici. Veškeré uvedené úkoly a činnosti budou realizovány na pracovišti, které bude mít dostačující zázemí a prostory k vykonání zkoušky, včetně technického vybavení, které je uvedeno v další části tohoto dokumentu (viz nezbytné materiální a technické předpoklady pro provedení zkoušky).
Podstatnou částí hodnocení je prověření znalostí uchazeče na pozici Oblastního manažera pro svěřené teritoriální území a kontrola znalosti práce na PC při přípravě samotné tvorby prezentace či vyhodnocení dat za využití kancelářských balíčků. Základním požadavkem jsou softwarové znalosti při sestavování databází, grafů, statistik a tvorbě aktuálních nabídek jak v elektronické, tak i v tištěné podobě.

Na začátku zkoušky uchazeč obdrží firemní podklady, které obsahují nezbytná data a údaje pro zpracovní požadovaných úkolů.

První úkol je vytvořit, za použití základního kancelářského balíčku, elektronickou prezentaci nabízených výrobků, která musí být ve srozumitelné formě a musí zde být obsaženy všechny nutné informace popisující základní specifikaci výrobků. Zvolený výrobek bude vybrán z řad nabízených výrobků ze strany firmy, aby byla zajištěna reálnost prezentovaných informací. Vytvořenou prezentaci uchazeč odprezentuje autorizované osobě, která zhodnotí způsob prezentace a komunikační znalosti a dovednosti uchazeče.
Druhý úkol je zaměřen na tvorbu dotazníkového šetření v rámci marketingového průzkumu, který je zaměřen na zjištění zpětné vazby a způsobu hodnocení kvality služeb ze strany stávajících zákazníků.Tento dotazník bude sloužit pro sběr základních informací přímým dotazováním.
Posledním úkolem bude zpracování statistik odběrů (prodejů) za dané časové období, kdy uchazeč obdrží data charakterizující nákupy jednotlivých zákazníků a úkolem uchazeče bude sestavit celkový přehled prodejů seřazených sestupně dle jednotlivých odběratelů. Poté uchazeč graficky znázorní podíl jednotlivých odběratelů na celkovém obratu (v číslech i procentech) a stanoví četnost nákupů a velikost nákupu na jednici. V tomto vyhodnocení poté definuje vysoce obrátkové zboží vůči méně obrátkovému zboží (Paretovo pravidlo 80/20).Takto získané údaje na závěr prezentuje při zkoušce autorizované osobě.

Poznámka:
Kalkulační jednice je elementární jednotka výkonu, např. 1 ks, 1 kg, 1 hodina apod. – tedy taková jednotka, na kterou má smysl zjišťovat náklady. Kalkulace udává, jaké náklady budou nebo byly vynaloženy na vznik (výrobu) jedné takové kalkulační jednice.

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) Vyšší odborné vzdělání v oblasti obchodu a alespoň 8 let odborné praxe v řídicích pozicích v oblasti styku se zákazníky a obchodní spolupráce s obchodními partnery v daném regionu či svěřeném úseku a poskytování prodejních a poprodejních služeb, z toho minimálně jeden rok v období posledních dvou let před podáním žádosti o udělení autorizace.
b) Vysokoškolské vzdělání v oblasti ekonomie či marketingu a alepsoň 5 let odborné praxe v řídicích pozicích obchodní činnosti ve styku s koncovými zákazníky a obchodními partnery, z toho minimálně jeden rok v období posledních dvou let před podáním žádosti o udělení autorizace.

Další požadavky:

- 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.
- 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, textovým, tabulkovým a databázovým programem (kancelářský balíček office), programem pro tvorbu prezentací s možností připojení k internetu a dostupné tiskárny dle využití. Pro ověření znalostí je nutné zajistit alespoň některý z následujících uvedených požadavků: administrativní přístup pro vkládání nabídek na webové a sociální stránky firmy, tištěné a elektronické letáky firmy, přístup do internetového obchodu. Dalšími potřebnými podklady jsou i tištěné a elektronické formuláře v podobě reklamačního listu, objednávkového listu, dodacího listu, formuláře pro interní neshody a přijaté a vystavené faktury. Vstupní data poskytnuté ze strany firmy pro splnění daných úkolů jsou: manuál category managementu a grafický manuál firmy, POS a POP materiály, velkoobchodní katalog zboží, zprávy HACCP, PO a BOZP, technické výkresy výrobků, skladový a objednávkový systém firmy, reálná data o objemu odběrů zákazníků vzhledem k daným výrobkům (tržby, počet zákazníků, a výše průměrného nákupu) a průzkum odběratelů velkoobchodu k možné identifikaci podporovaných zákazníků.

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 20 až 25 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 6 až 8 hodin (hodinou se rozumí 60 minut). Zkouška může být rozložena do více dnů.

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.
Maloobchodní síť BRNĚNKA, spol. s r. o.
PRAMEN-BRNĚNKA, spol. s r. o.