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

**Autorizující orgán:** Ministerstvo průmyslu a obchodu
**Skupina oborů:** Obchod (kód: 66)
**Týká se povolání:** Oblastní manažer velkoobchodu pro svěřený region
**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 |
| Implementace a rozvoj obchodní strategie organizace v zájmu trvalého růstu a úspěšného rozvoje | 5 |

## Platnost standardu

Standard je platný od: 07.04.2021

## 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 |
| c) Prezentovat nabídky výrobků na základě tištěných a elektronických zdrojů dat firmy | Praktické předvedení |
| d) Prezentovat druhé straně vybranou firmu podle veřejně zjištěných informací za pomocí tištěných či elektronických zdrojů | Praktické předvedení |
| e) Představit elektronické a informační systémy firmy (např. logistika, objednávání zboží) | Praktické předvedení |
| 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) Popsat a předvést tvorbu plánu komunikační a akviziční strategie v podniku | Praktické předvedení a ústní ověření |
| b) Stanovit efektivní způsob propagace nabízených výrobků firmy a definovat zjednodušenou kalkulaci nákladů dle veřejných nabídek ze stran dodavatelů | Praktické předvedení a ústní ověření |
| c) Popsat základní komunikační kanály v rámci propagace a vybrat optimální marketingový nástroj v poměru cena vs. kvalita | Praktické předvedení a ústní ověření |
| d) Vysvětlit způsoby oslovení nových zákazníků k začlenění do marketingové podpory nabízených výrobků | Ústní ověření |
| e) Stanovit základní obchodní podmínky pro obchodní partnery s cílem zvýšení atraktivnosti nabídky pro stávající a nové zákazníky | Praktické předvedení |
| f) Navrhnout a jmenovat typy reklamních kampaní na prodejnách s cílem podpořit prodej výrobků | Praktické předvedení a ústní ověření |
| g) Provést aktualizaci nabídky výrobků na webových stránkách firmy či na sociálních sítích | Praktické předvedení |
| h) Popsat základní údaje sloužící k popisu prezentovaných výrobků, které je 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 |
| 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 |
| e) Zkontrolovat dodržování obchodních podmínek mezi smluvními stranami a navržení benefitů v rámci loajality stávajících zákazníků | Praktické předvedení |
| f) Stanovit postup v rámci zákaznického servisu při reklamaci zboží a služeb v rámci jednotlivých zakázek (dodávek) | Praktické předvedení |
| g) Vyplnit jednotlivé části reklamačního listu a definovat jednotlivé části daného formuláře | Praktické předvedení |
| h) Zajistit doplňování zboží a kontrolu vystavení zboží v prodejně - category management | Praktické předvedení |
| 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 |
| 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) Předvést a popsat vedení evidence o poskytovaném zákaznickém servisu podle jednotlivých odběratelů | Praktické předvedení a ústní ověření |
| m) Popsat způsob práce s osobními údaji při jejich získávání, zpracování, uložení, archivaci a skartaci | Ústní ověření |
| n) Vysvětlit pojem GDPR (Ochrana osobních údajů), co ve firmě zajišťuje, a dále vyjmenovat druhy osobních údajů | 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 a prezentovat mediální prezentaci vybraného výrobku na PC za využití běžného kancelářského balíčku | 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) | Praktické předvedení a ústní ověření |
| c) Popsat základní certifikační normu jakosti vybraného výrobku a vysvětlit požadavky uložení výrobku ve skladovacích prostorech či v prodejně - hygienické minimum pro uskladnění výrobku, HACCP (Systém analýzy rizik a stanovení kritických kontrolních bodů), 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 |
| 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) Vybrat a vysvětlit základní informace 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 upravujících uzavírání objednávek s obchodními partnery | Praktické předvedení |
| 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 filozofii a cíle firmy podle 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 podle firemního katalogu potencionálním obchodním partnerům či zákazníkům v českém a cizím (anglickém) jazyce | Praktické předvedení |
| d) Předvést ukázku vhodného obchodního vystupování vzhledem k zákazníkovi či obchodnímu partnerovi | Praktické předvedení |
| 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 |
| 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 a prezentovat 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 | Praktické předvedení a ústní ověření |
| b) Aplikovat vytvořený dotazník pro face to face interview se zákazníky v prodejně | Praktické předvedení |
| c) Zpracovat získaná data z dotazníku za pomocí běžného SW kancelářského balíčku a vytvořit jednoduché prezentace za využití grafů a popisků statistických výstupů | Praktické předvedení |
| d) Rozdělit oslovené zákazníky podle demografických údajů a vytvořit segmenty zákazníků na základě velikosti (objemu) jejich nákupů | Praktické předvedení |
| e) Zjistit za využití veřejně dostupných zdrojů potencionální konkurenty firmy v obdobném oboru podnikání (lokalitě) a zdůvodnit jejich výběr | Praktické předvedení |
| 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 podle 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 |
| c) Vyhodnotit velikost odběrů jednotlivých zákazníků za zvolené časové období | Praktické předvedení |
| d) Zhodnotit z dostupných dat kvalitu dodávek a dodržování jakostních a kvantitativních norem dovážených výrobků | Praktické předvedení |
| e) Vytvořit a prezentovat přehlednou statistiku (za využití grafů a tabulek) z poskytnutých dat pro zhodnocení prodejů podle jednotlivých zákazníků (objem odběrů za zákazníka, tržby, počet zákazníků, výše průměrného nákupu) | Praktické předvedení a ústní ověření |
| f) Na základě objemu odběrů definovat podle Paretova pravidla poměr obratu zboží 80/20 a určit vysoce obrátkové zboží | 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 sezonní poptávku po zboží (nákupní trendy, sezónní výkyvost poptávky, výše odběrů podle jednotlivých měsíců, aj.) | Praktické předvedení |
| 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.) | Praktické předvedení a ústní ověření |

**Je třeba splnit všechna kritéria.**

## Řízení a motivace zaměstnanců velkoobchodu

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

**Je třeba splnit všechna kritéria.**

## Implementace a rozvoj obchodní strategie organizace v zájmu trvalého růstu a úspěšného rozvoje

| Kritéria hodnocení | Způsoby ověření |
|---|---|
| a) Popsat obchodní strategii modrého a rudého oceánu | Ústní ověření |
| b) Popsat a vysvětlit faktory vedoucí k tvorbě strategie modrých oceánů ve firmě | Ústní ověření |
| c) Popsat a vysvětlit principy strategie modrého oceánu ve firmě | Ústní ověření |
| d) Vytvořit a popsat hodnotovou křivku modrého oceánu na základě čtyř aktivních opatření | Praktické předvedení a ústní ověření |
| e) Popsat postup při formulování strategie modrého oceánu s pomocí systémového rámce šesti cest a tří okruhů nezákazníků | Ústní ověření |
| f) Popsat a předvést tvorbu obchodní strategie firmy v zájmu trvalého růstu a úspěšného rozvoje | Praktické předvedení a ústní ověření |
| g) Popsat a předvést implementaci obchodní strategie firmy v zájmu trvalého růstu a úspěšného rozvoje | Praktické předvedení a ústní ověření |
| h) Popsat a vysvětlit zásady strategie rudého oceánu při konkurenčním boji o trhy jinými firmami | Ústní ověření |
| i) Popsat a vysvětlit vliv strategie rudého oceánu na kvalitu a cenu výrobku firmy při plánování odbytu na stávajícím trhu | 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), 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 vykonávání pracovních činností této profesní kvalifikace je vyžadována a prokazuje se lékařským potvrzením (odkaz na povolání v NSP - https://www.nsp.cz/jednotka-prace/oblastni-manazer-velkoobc#zdravotni-zpusobilost).

Prvním úkolem je vytvořit (za použití základního kancelářského balíčku) elektronickou prezentaci nabízených výrobků, která musí být ve srozumitelné formě a musí v ní 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 podle 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 ekonomiky nebo obchodu nebo managementu a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti obchodní spolupráce s obchodními partnery při poskytování prodejních a poprodejních služeb zákazníkům, nebo ve funkci učitele praktického vyučování nebo odborného výcviku v oblasti ekonomiky nebo obchodu nebo managementu.
b) Vysokoškolské vzdělání se zaměřením na ekonomiku nebo obchod nebo management a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti obchodní spolupráce s obchodními partnery při poskytování prodejních a poprodejních služeb zákazníkům, nebo ve funkci učitele odborných předmětů nebo učitele praktického vyučování nebo odborného výcviku v oblasti ekonomiky nebo obchodu nebo managementu.
c) Profesní kvalifikace 66-026-N Oblastní manažer/manažerka velkoobchodu pro svěřenou oblast a střední vzdělání s maturitní zkouškou a alespoň 5 let odborné praxe v oblasti obchodní spolupráce s obchodními partnery při poskytování prodejních a poprodejních služeb zákazníkům.

Žadatel o udělení autorizace prokazuje splnění požadavků na odbornou způsobilost autorizujícímu orgánu, a to předložením dokladu nebo dokladů o získání odborné způsobilosti v souladu s hodnoticím standardem této profesní kvalifikace, nebo takovým postupem, který je v souladu s požadavky uvedenými v hodnoticím standardu této profesní kvalifikace autorizujícím orgánem stanoven.

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

## Nezbytné materiální a technické předpoklady pro provedení zkoušky

- zkušební místnost s výpočetní technikou, která je vybavená operačním systémem, textovým, tabulkovým a databázovým programem (kancelářský balíček Office), programem pro tvorbu prezentací s možností připojení k internetu a dostupné tiskárny podle využití.
- administrativní přístup pro vkládání nabídek na webové a sociální stránky firmy,
- tištěné a elektronické letáky firmy, přístup do internetového obchodu,
- tištěné a elektronické formuláře - reklamační listy, objednávkové listy, dodací listy, 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

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 materiálně-technického vybavení dokládající soulad s požadavky uvedenými v hodnoticím standardu pro účely zkoušky. Zajištění vhodných prostor pro provádění zkoušky prokazuje žadatel odpovídajícím dokladem (např. výpis z katastru nemovitostí, nájemní smlouva, dohoda) umožňujícím jejich užívání po dobu platnosti autorizace.

## Doba přípravy na zkoušku

Uchazeč má nárok na celkovou dobu přípravy na zkoušku v trvání 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 jednoho uchazeče (bez času na přestávky a na přípravu) je 6 až 8 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.