

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

**Rozwijanie, uzupełnianie i aktualizacja informacji o zawodach oraz jej upowszechnianie
za pomocą nowoczesnych narzędzi komunikacji – INFODORADCA+**

INFORMACJA O ZAWODZIE

Przedstawiciel handlowy (332203)



Przedstawiciele handlowi

**Rozwijanie, uzupełnianie i aktualizacja informacji o zawodach oraz jej rozpowszechnianie
za pomocą nowoczesnych narzędzi komunikacji – INFODORADCA+**

Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

INFORMACJA O ZAWODZIE

Przedstawiciel handlowy (332203)

Przedstawiciele handlowi

Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Departament Rynku Pracy

Publikacja opracowana w ramach projektu **Rozwijanie, uzupełnianie i aktualizacja informacji o zawodach oraz jej upowszechnianie za pomocą nowoczesnych narzędzi komunikacji – INFODORADCA+**

Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój, Oś priorytetowa II Efektywne polityki publiczne dla rynku pracy, gospodarki i edukacji, Działanie 2.4 Modernizacja publicznych i niepublicznych służb zatrudnienia oraz lepsze dostosowanie ich do potrzeb rynku pracy

PROJEKT NR: POWR.02.04.00-00-0060/16-00

Partnerzy projektu INFODORADCA+:

- DORADCA Consultants Ltd Sp. z o.o., Gdynia
- Instytut Technologii Eksploatacji – Państwowy Instytut Badawczy, Radom
- Instytut Pracy i Spraw Socjalnych, Warszawa
- Centralny Instytut Ochrony Pracy – Państwowy Instytut Badawczy, Warszawa
- PBS Sp. z o.o., Sopot

INFORMACJA O ZAWODZIE

Przedstawiciel handlowy (332203)

© Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Departament Rynku Pracy, Warszawa 2018

Kopiowanie i rozpowszechnianie w całości lub w części dozwolone wyłącznie za podaniem źródła.

ISBN 978-83-7789-495-8 [332]

Publikacja bezpłatna

Zdjęcie na okładce (źródło): <https://pixabay.com/pl/biznesmen-konsultacji-biznes-sukces-3189801> [dostęp: 10.07.2018].



SPIS TREŚCI

1. DANE IDENTYFIKACYJNE ZAWODU	3
1.1. Nazwa i kod zawodu (wg Klasyfikacji zawodów i specjalności).....	3
1.2. Nazwy zwyczajowe zawodu.....	3
1.3. Usytuowanie zawodu w klasyfikacjach: ISCO, PKD	3
1.4. Notka metodologiczna, autorzy i eksperci opiniujący	3
2. OPIS ZAWODU.....	4
2.1. Synteza zawodu.....	4
2.2. Opis pracy i sposobu jej wykonywania	4
2.3. Środowisko pracy (warunki pracy, maszyny i narzędzia pracy, zagrożenia, organizacja pracy).....	5
2.4. Wymagania psychofizyczne i zdrowotne.....	6
2.5. Wykształcenie, tytuły zawodowe, kwalifikacje i uprawnienia niezbędne/preferowane do podjęcia pracy w zawodzie.....	7
2.6. Możliwości rozwoju zawodowego, awansu i potwierdzania kompetencji	8
2.7. Zawody pokrewne	8
3. ZADANIA ZAWODOWE I WYMAGANE KOMPETENCJE	8
3.1. Zadania zawodowe	8
3.2. Kompetencja zawodowa Kz1: Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów handlowych z odbiorcami	9
3.3. Kompetencja zawodowa Kz2: Sprzedawanie produktów i usług	10
3.4. Kompetencje społeczne.....	11
3.5. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu.....	12
3.6. Powiązanie kompetencji zawodowych z opisami poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji oraz Sektorowej Ramy Kwalifikacji.....	12
4. ODNIESIENIE DO SYTUACJI ZAWODU NA RYNKU PRACY I MOŻLIWOŚCI DOSKONALENIA ZAWODOWEGO.....	13
4.1. Możliwości podjęcia pracy w zawodzie	13
4.2. Instytucje oferujące kształcenie, szkolenie i/lub potwierdzanie kompetencji w ramach zawodu	14
4.3. Zarobki osób wykonujących dany zawód/daną grupę zawodów	15
4.4. Możliwości zatrudnienia osób niepełnosprawnych w zawodzie.....	15
5. ODNIESIENIE DO EUROPEJSKIEJ KLASYFIKACJI UMIEJĘTNOŚCI/KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI I ZAWODÓW (ESCO)	15
6. ŹRÓDŁA DODATKOWYCH INFORMACJI O ZAWODZIE	16
7. SŁOWNIK POJĘĆ	18
7.1. Definicje powiązane z opisem informacji o zawodzie (zawodoznawcze)	18
7.2. Definicje związane z wykonywaniem zawodu (branżowe)	20

1. DANE IDENTYFIKACYJNE ZAWODU

1.1. Nazwa i kod zawodu (wg Klasyfikacji zawodów i specjalności)

Przedstawiciel handlowy 332203

1.2. Nazwy zwyczajowe zawodu

- Account manager.
- Agent do spraw sprzedaży.
- Agent handlowy.
- Doradca handlowy.
- Doradca techniczno-handlowy.
- Handlowiec.
- Komiwojażer.
- Merchandiser.
- Przedstawiciel regionalny.
- Regionalny przedstawiciel handlowy.
- Reprezentant handlowy.
- Sales executive.
- Sales representative.

1.3. Usytuowanie zawodu w klasyfikacjach: ISCO, PKD

W Międzynarodowym Standardzie Klasyfikacji Zawodów ISCO-08 odpowiada grupie:

- 3322 Commercial sales representatives.

Według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007):

- Sekcja G. Handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle.

1.4. Notka metodologiczna, autorzy i eksperci opiniujący

Notka metodologiczna

Opis informacji o zawodzie opracowano na podstawie:

- analizy źródeł (akty prawne, klasyfikacje krajowe, międzynarodowe), źródeł internetowych oraz wyników badań i analiz prowadzonych w projektach:
 - Phare 2000 (2002-2004) Krajowy System Szkolenia Zawodowego,
 - SPO RZL (2006-2007) „Opracowanie i upowszechnianie krajowych standardów kwalifikacji zawodowych”,
- analizy opisu zawodu zamieszczonego w wyszukiwarce opisów zawodów na Wortalu Publicznych Służb Zatrudnienia,
- badań ankietowych prowadzonych w projekcie INFODORADCA+ w maju 2018 r.,
- zebranych opinii od recenzentów, członków panelu ewaluacyjnego oraz zespołu ds. walidacji i jakości informacji o zawodach.

Autorzy i eksperci opiniujący

Zespół Ekspercki:

- Tomasz Goljat – „FTS” Sp. z o.o., Zielona Góra.
- Michał Skoczylas – Zakłady Farmaceutyczne Polpharma, Warszawa.
- Iwona Kacak – Instytut Technologii Eksploatacji – PIB, Radom.

Zespół ds. walidacji i jakości informacji o zawodzie:

- Krzysztof Symela – Instytut Technologii Eksploatacji – PIB, Radom.
- Ireneusz Woźniak – Instytut Technologii Eksploatacji – PIB, Radom.
- Jarosław Sitek – Instytut Technologii Eksploatacji – PIB, Radom.

Recenzenci:

- Dariusz Brus – COMP DATA Sp. z o.o., Warszawa.
- Andrzej Kowalski – JARBUR CHEM, Szydłowiec.

Panel ewaluacyjny – przedstawiciele partnerów społecznych:

- Wojciech Jabłoński – Związek Pracodawców Warszawy i Mazowsza, Warszawa.
- Michał Leszek Malinowski – Kratki.pl, Marek Bał, Wsola.

Data (rok) opracowania opisu informacji o zawodzie: 2018 r.

WAŻNE:

W tekście opisu informacji o zawodzie występują podkreślenia wybranych określeń wraz z indeksem górnym, który wskazuje numer definicji w słowniku branżowym w punkcie 7.2.

2. OPIS ZAWODU

2.1. Synteza zawodu

Przedstawiciel handlowy odpowiada za sprzedaż bezpośrednią⁹ produktów/usług firmy, której jest przedstawicielem i reprezentuje firmę na rynku w kontaktach z klientami.

2.2. Opis pracy i sposobu jej wykonywania

Opis pracy

Podstawowym celem pracy **przedstawiciela handlowego** jest osiąganie zakładanych poziomów przychodów ze sprzedaży produktów/usług firmy (tzw. target¹¹). Odpowiada on za budowanie sieci dystrybucji produktów/usług firmy, stałe pozyskiwanie i obsługę potencjalnych klientów, promocję i sprzedaż produktów/usług, monitorowanie konkurencji.

Sposoby wykonywania pracy

Przedstawiciel handlowy w swojej pracy stosuje metody, techniki i procedury związane z:

- analizą rynku konkurencji² i potencjalnych klientów (badania produktowe³),
- organizacją sieci sprzedaży, w tym nawiązywaniem nowych i utrzymywaniem kontaktów handlowych z odbiorcami (klientami firmy),
- promowaniem produktów/usług firmy w trakcie kontaktów bezpośrednich z klientami i na spotkaniach promocyjnych, targach branżowych,
- analizą efektywności prowadzonej działalności handlowej.

WAŻNE:

Praca jest związana z częstymi wyjazdami i długotrwałym przebywaniem poza domem.

Więcej szczegółowych informacji znajduje się w sekcjach: 3.1. Zadania zawodowe oraz 3.2. i 3.3. Kompetencje zawodowe.

2.3. Środowisko pracy (warunki pracy, maszyny i narzędzia pracy, zagrożenia, organizacja pracy)

Warunki pracy

Przedstawiciel handlowy może być zatrudniony w firmie, którą reprezentuje, lub prowadzić działalność gospodarczą na własny rachunek, najczęściej na określonym obszarze terytorialnym (kraj, region, województwo), niekiedy nawet na zasadach wyłączności. Może być zatrudniony na podstawie umowy o pracę lub umowy cywilnoprawnej. Obecnie bardzo wielu przedstawicieli handlowych posiada zarejestrowaną działalność gospodarczą. Bez względu na formę zatrudnienia przedstawiciel handlowy pracuje samodzielnie, lecz podlega zarządom firm, których produkty promuje i sprzedaje. Zdecydowana większość handlowców nie posiada swojego stacjonarnego miejsca w biurze firmy, a ich praca w dużej mierze wykonywana jest w terenie. Przedstawiciel handlowy wykonuje także pracę biurową – opracowuje strategie, zbiera dane klientów, sporządza raporty dla firmy macierzystej.

W zawodzie przedstawiciel handlowy można wyróżnić stanowiska pracy związane z bezpośrednią obsługą klienta w siedzibie firmy lub w terenie albo związane z koordynowaniem pracy innych przedstawicieli handlowych. Skuteczność pracy przedstawiciela handlowego uzależniona jest od zaufania, jakie pozyska u klienta. Bardzo ważna jest umiejętność nawiązywania kontaktów z ludźmi. Nie mniej ważny jest wygląd zewnętrzny i strój odpowiednio dobrany do sytuacji.

Więcej informacji znajduje się w sekcji: 4.1. Możliwości podjęcia pracy w zawodzie.

Wykorzystywane maszyny i narzędzia pracy

W działalności zawodowej **przedstawiciel handlowy** wykorzystuje:

- sprzęt informatyczny wraz z niezbędnym oprogramowaniem,
- internet,
- urządzenia peryferyjne (drukarka, skaner),
- urządzenia biurowe (np. telefon, tablet, komputer, faks),
- samochód osobowy.

Organizacja pracy

Charakterystyczną cechą pracy **przedstawiciela handlowego** jest wykonywanie większości zadań i czynności poza siedzibą firmy oraz często w czasie, jaki odpowiada potencjalnemu klientowi lub kierownictwu macierzystej firmy. Jego praca ma charakter zadaniowy. Odpowiada przed kierownikiem działu sprzedaży lub kierownikiem regionalnym. Realizowanie planów sprzedażowych oraz wykonywanie licznych działań pośrednich, które mają prowadzić do sprzedaży, wymaga dużej samodyscypliny i umiejętnego organizowania czasu własnej pracy.

Sporządzanie harmonogramu pracy, planowanie trasy przejazdu, określanie czasu spędzanego u klientów, przygotowanie scenariusza rozmów z klientami to umiejętności, które w dużej mierze wpływają na efektywność pracy przedstawiciela handlowego. Przedstawiciel handlowy dużo czasu i uwagi poświęca planowaniu pracy.

Zagrożenia mające wpływ na bezpieczeństwo pracy człowieka

Praca **przedstawiciela handlowego** narażona jest na:

- wypadki komunikacyjne podczas dojazdu do miejsca spotkania z klientem i z powrotem;
- możliwość nadmiernego obciążenia układu psychonervego (ze względu na spotkania z klientami o różnym usposobieniu);
- stres (presja kierownictwa na osiąganie wysokich wyników sprzedaży, trudne negocjacje z klientami);

- zmienne warunki atmosferyczne (dojazdy do klientów w różnych warunkach atmosferycznych, praca w różnych temperaturach otoczenia);
- wszelkiego rodzaju zagrożenia wynikające z miejsca i rodzaju oferowanego klientowi produktu (np. zagrożenia czynnikami biologicznymi, chemicznymi, związane z obsługą urządzeń elektrycznych, hałas, wibracje).

WAŻNE:

Przedstawiciel handlowy ma elastyczny czas pracy. Zazwyczaj sam ustala „harmonogram dnia”, tj. datę i godzinę spotkania z klientami oraz czy spotkanie ma się odbyć w dni robocze, czy w weekend. Powinien jednak uwzględnić oczekiwania klientów w tym zakresie.

2.4. Wymagania psychofizyczne i zdrowotne

Wymagania psychofizyczne

Dla pracownika wykonującego zawód **przedstawiciel handlowy** ważne są:

w kategorii wymagań fizycznych

- wysoka ogólna wydolność fizyczna,
- duża sprawność narządu słuchu,
- duża sprawność narządu wzroku;

w kategorii sprawności sensomotorycznych

- ostrość wzroku,
- rozróżnianie barw,
- koordynacja wzrokowo-ruchowa,
- szybki refleks,
- spostrzegawczość,
- zręczność rąk;

w kategorii sprawności i zdolności

- łatwość nawiązywania kontaktu z ludźmi,
- zdolność przekonywania,
- empatia,
- łatwość przechodzenia od jednej czynności do drugiej,
- łatwość wypowiadania się w mowie i piśmie,
- zamiłowanie do systematyczności, porządku i ładu,
- zdolność współdziałania,
- zdolność koncentracji uwagi,
- podzielność uwagi,
- dobra pamięć,
- samokontrola,
- rozumowanie logiczne,
- zdolności organizacyjne,
- zdolność podejmowania decyzji,
- inicjatywność,
- odporność emocjonalna,
- wytrwałość,
- sprawności manualne;

w kategorii cech osobowościowych

- kreatywność,
- zdolności kierownicze,
- wyobraźnia i twórcze myślenie,

- gotowość do podejmowania ryzyka,
- zdolność podejmowania szybkich i trafnych decyzji,
- niezależność.

WAŻNE:

O stanie zdrowia i ewentualnych przeciwwskazaniach do wykonywania zawodu orzeka lekarz medycyny pracy. W pracy **przedstawiciela handlowego** bardzo ważny jest jego wygląd zewnętrzny. Stres, ciągłe podróże, specyficzna praca z ludźmi w wielu przypadkach prowadzą do wypalenia zawodowego. Aby planować karierę przedstawiciela handlowego, trzeba mieć w sobie silną motywację.

Więcej informacji znajduje się w sekcjach: 3.4. Kompetencje społeczne; 3.5. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu.

Wymagania zdrowotne

Brak jest przeciwwskazań zdrowotnych do wykonywania zawodu **przedstawiciel handlowy** z wyjątkiem upośledzeń uniemożliwiających wykonywanie zadań. Zawód przedstawiciel handlowy może być wykonywany przez osoby z niepełnosprawnością ruchową, lecz nie mogą go wykonywać osoby z niepełnosprawnością intelektualną.

Więcej informacji znajduje się w sekcji: 4.4. Możliwości zatrudnienia osób niepełnosprawnych w zawodzie.

2.5. Wykształcenie, tytuły zawodowe, kwalifikacje i uprawnienia niezbędne/preferowane do podjęcia pracy w zawodzie

Wykształcenie niezbędne do podjęcia pracy w zawodzie

Obecnie (2018 r.) w ramach systemu kształcenia zawodowego w Polsce nie prowadzi się kształcenia w zawodzie **przedstawiciel handlowy**.

Alternatywną ścieżką kształcenia w zawodzie przedstawiciel handlowy jest nabycie kwalifikacji w zawodzie pokrewnym technik handlowiec.

W zawodzie technik handlowiec można potwierdzać następujące kwalifikacje:

- AU.20 Prowadzenie sprzedaży,
- AU.25 Prowadzenie działalności handlowej.

Kwalifikacje AU.20 i AU.25 można również zdobyć na kwalifikacyjnych kursach zawodowych.

Kształcenie można kontynuować na uczelniach wyższych na kierunkach np. marketing, psychologia sprzedaży, w publicznych i niepublicznych szkołach wyższych.

Obecnie (2018 r.) firmy podnoszą wymagania stawiane przedstawicielom handlowym. Oczekują kompetencji (w tym na poziomie szkoły wyższej) z zakresu marketingu, znajomości branży, języków obcych, umiejętności negocjacyjnych, interpersonalnych, szybkiego uczenia się, wysokiej kultury osobistej, prawa jazdy, kreatywności, odporności na stres, doświadczenia.

WAŻNE:

Przedstawiciel handlowy musi posiadać ważną cechę właściwą dla niewielkiej grupy ludzi – umiejętność sprzedaży.

Tytuły zawodowe, kwalifikacje i uprawnienia niezbędne/preferowane do podjęcia pracy w zawodzie

Dyplom potwierdzający kwalifikacje AU.20 Prowadzenie sprzedaży i AU.25 Prowadzenie działalności handlowej, w zawodzie technik handlowiec przygotowuje do pracy przedstawiciela handlowego w zakresie: zarządzania działalnością handlową, obsługi klienta, realizacji transakcji kupna-sprzedaży, działań reklamowych i marketingowych.

W pracy przedstawiciela handlowego niezbędne jest prawo jazdy kategorii B oraz znajomość języka obcego.

Więcej informacji znajduje się w sekcji: 4.2. Instytucje oferujące kształcenie, szkolenie i/lub potwierdzanie kompetencji w ramach zawodu.

2.6. Możliwości rozwoju zawodowego, awansu i potwierdzania kompetencji

Możliwości rozwoju zawodowego i awansu

Przedstawiciel handlowy powinien stale rozwijać i podnosić swoje kwalifikacje. Dobrze widziane są studia wyższe/podyplomowe lub kursy w zakresie: marketingu, ekonomii, zarządzania zasobami ludzkimi, towaroznawstwa. Przedstawiciel handlowy powinien uczestniczyć w szkoleniach doskonalących (np. z zakresu obsługi klienta, technik sprzedaży, zarządzania czasem i projektami), które umożliwią mu dalszy rozwój i ewentualny awans na stanowisko kierownika regionu lub dyrektora regionalnego. Kandydatowi do pracy w zawodzie przedstawiciel handlowy pracodawca zwykle zapewnia szkolenie z zakresu wiedzy o produktach/usługach, które sprzedaje dana firma.

Możliwości potwierdzania kompetencji

Obecnie (2018 r.) w zawodzie **przedstawiciel handlowy** nie ma możliwości potwierdzania kompetencji w systemie kształcenia formalnego.

Pracodawcy we własnym zakresie organizują szkolenia osób zatrudnionych w tym zawodzie, m.in. poświęcone pogłębieniu wiedzy o sprzedawanych produktach/usługach i/lub korzystają z ofert firm komercyjnych lub uczelni wyższych.

Więcej informacji można uzyskać w Bazie Usług Rozwojowych <https://uslugirozwojowe.parp.gov.pl> oraz Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji <https://rejestr.kwalifikacje.gov.pl>

2.7. Zawody pokrewne

Osoba zatrudniona w zawodzie **przedstawiciel handlowy** może rozszerzać swoje kompetencje zawodowe w zawodach pokrewnych:

Nazwa zawodu pokrewnego zgodnie z Klasyfikacją zawodów i specjalności	Kod zawodu
Dyrektor sprzedaży	112014
Menedżer produktu (product manager)	243103
Specjalista ds. sprzedaży	243305
Specjalista ds. marketingu i handlu	243106
Technik handlowiec ⁵	522305

3. ZADANIA ZAWODOWE I WYMAGANE KOMPETENCJE

3.1. Zadania zawodowe

Pracownik w zawodzie **przedstawiciel handlowy** wykonuje różnorodne zadania, do których należą w szczególności:

- Z1 Analizowanie rynku klienta i konkurencji.
- Z2 Organizowanie sieci sprzedaży.
- Z3 Organizowanie promocji produktów/usług oraz udział w targach branżowych¹².
- Z4 Przygotowywanie ofert handlowych⁶.
- Z5 Organizowanie i prowadzenie akcji promocyjnych¹ oferowanych produktów u klienta.
- Z6 Udzielanie informacji klientom w zakresie sprzedawanych produktów.

3.2. Kompetencja zawodowa Kz1: Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów handlowych z odbiorcami

Kompetencja zawodowa Kz1: Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów handlowych z odbiorcami obejmuje zestaw zadań zawodowych Z1, Z2, Z3, do realizacji których wymagane są odpowiednie zbiory wiedzy i umiejętności.

Z1 Analizowanie rynku klienta i konkurencji	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
- Rynek konkurencji; - Rynek klienta (typy klientów i ich zachowania); - Funkcje, cechy, kryteria podziału rynku; - Proces analizy rynku; - Pojęcia: cena a <u>popyt</u>⁸ i <u>podaż</u>⁷; - Pozacenowe czynniki popytu i podaży.	- Analizować rynek konkurencji pod względem takich cech, jak: cena produktu/usługi, dostępność, koszt dostawy i czas realizacji; - Dobierać odpowiednie metody gromadzenia informacji o rynku klienta; - Gromadzić informacje o potencjalnych klientach; - Rozróżniać czynniki mające wpływ na kształtowanie się popytu i podaży na rynku; - Rozpoznawać podaż/popyt na rynku w zakresie wybranej grupy produktów; - Rozróżniać grupy asortymentowe produktów wybranej firmy; - Określać kierunek rozwoju segmentu produktów/usług; - Rozpoznawać potrzeby klientów; - Analizować możliwości kontaktów handlowych.

Z2 Organizowanie sieci sprzedaży	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
- Prawa, zadania i obowiązki przedstawiciela handlowego; - Sposoby skutecznego komunikowania się; - Typy klientów i ich rynkowe zachowania; - Zasady etyki w handlu – lojalność wobec firmy i klienta; - Zasady kultury sprzedaży; - Zasady telefonicznej rozmowy handlowej; - Prawa konsumenta; - Rodzaje, techniki i etapy negocjacji; - Sposoby nawiązywania kontaktów handlowych; - Zasady reklamacji; - Sposoby skutecznego komunikowania się; - Plan sprzedaży produktów/usług firmy; - Metody i techniki opracowania analiz rentowności sprzedaży.	- Rozróżniać podstawowe zadania przedstawiciela handlowego; - Stosować normy i standardy pracy przedstawiciela handlowego; - Ustalać sposoby komunikowania się z klientami; - Gromadzić informacje o potencjalnych klientach; - Rozpoznawać bieżące potrzeby odbiorców; - Tworzyć i aktualizować bazę danych obsługiwanych klientów; - Prowadzić bezpośrednie rozmowy promocyjno-sprzedażowe; - Dobierać odpowiedni sposób zainteresowania transakcją handlową w zależności od typu klienta; - Przestrzegać zasady kultury sprzedaży; - Nawiązywać kontakty z potencjalnymi klientami; - Aktualizować ofertę handlową; - Przyjmować zamówienia od klientów i przekazywać je do działu sprzedaży; - Przyjmować reklamacje; - Udzielać informacji o możliwościach napraw lub wymiany reklamowanych towarów; - Ustalać formy zapłaty należności za sprzedane towary;

	• Tworzyć pozytywny wizerunek przedsiębiorstwa w otoczeniu; • Podtrzymywać kontakty poprzez niekonwencjonalne formy i techniki (honorowanie świąt i zwyczajów klienta itp.); • Analizować wykonanie planu sprzedaży produktów/usług firmy; • Opracowywać sprawozdania z osiągniętych wyników sprzedaży.
--	--

Z3 Organizowanie promocji produktów/usług oraz udział w targów branżowych

WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
• Zasady organizacji ekspozycji wystawienniczej; • Sposoby reklamy i promocji produktu; • Zasady organizacji prezentacji produktu; • Zasady opracowania prezentacji z wykorzystaniem komputera; • Instrukcję dla wystawców; • Regulamin obiektu targowego; • Bazę targów branżowych; • Marketingowe narzędzia promocji produktów/usług.	• Dobierać skuteczne sposoby promocji i reklamy produktu; • Przygotowywać plan i harmonogram przygotowania i demontażu stoiska; • Planować i uzgadniać z przełożonym skład zespołu realizującego promocję produktu/usługi na targach; • Współdziałać w zakresie przygotowania ekspozycji stanowiska firmy i produktu na potrzeby targów lub wystaw okazjonalnych; • Demonstrować produkty podczas targów i pokazów branżowych; • Porównywać swoją ofertę z ofertą konkurencji z uwzględnieniem ceny produktu, jego opakowania, kampanii promocyjnej itd.

3.3. Kompetencja zawodowa Kz2: Sprzedawanie produktów i usług

Kompetencja zawodowa Kz2: Sprzedawanie produktów i usług obejmuje zestaw zadań zawodowych Z4, Z5, Z6, do realizacji których wymagane są odpowiednie zbiory wiedzy i umiejętności.

Z4 Przygotowywanie ofert handlowych

WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
• Elementy analizy rynku w aspekcie popytu oraz podaży; • Źródła pierwotne i wtórne informacji o rynku; • Formy składania zamówień; • Sposoby składania zamówień; • Formy rozliczenia transakcji handlowych; • Częstotliwość dostaw towaru do odbiorcy; • Cechy oferty handlowej; • Wzory ofert handlowych; • Profil klienta; • Przepisy prawa w zakresie ochrony danych osobowych konsumentów i klientów; • Rodzaje, techniki i etapy negocjacji handlowych.	• Rozpoznawać potrzeby klienta w zakresie wybranej grupy produktów; • Dostosowywać ofertę handlową do potrzeb klientów w poszczególnych segmentach rynku; • Ustalać formy zapłaty należności za sprzedane towary; • Opracowywać treści oferty handlowej dla konkretnego klienta.

Z5 Organizowanie i prowadzenie akcji promocyjnych oferowanych produktów u klienta	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
- Kryteria doboru odpowiednich form i materiałów informacyjno-promocyjnych; - Usługi promocyjno-reklamowe na rynku; - Zasady organizacji spotkań o charakterze promocyjnym; - Zasady kultury i etyki promocji produktów; - Nowości w zakresie charakterystyki produktu i procesów technologicznych; - Wskaźniki efektywności działań promocyjnych; - Formy i instrumenty polityki promocji; - Katalogi, opisy techniczne produktów; <u>System oceny zgodności produktu</u>¹⁰ i nadzoru rynku; <u>Deklarację zgodności producenta</u>⁴; - Zasady sporządzania pism i wypełniania dokumentów; - Zasady sporządzania raportów i sprawozdań.	- Analizować i dobierać odpowiednie informacje o promowanych towarach; - Dobierać skuteczne sposoby promocji i reklamy produktu; - Rozróżniać formy i instrumenty polityki promocji; - Kompletować i dostarczać klientom informacje o nowych produktach; - Organizować spotkania promocyjno-reklamowe u klienta; - Udzielać bezpośredniej informacji o nowościach w zakresie oferowanych produktów oraz zachęcać do zainteresowania się nimi; - Rozpowszechniać wśród klientów materiały informacyjne, katalogi, opisy techniczne oraz informacje o produkcie; - Wzbudzać zainteresowanie promowanymi produktami i usługami poprzez wskazywanie najlepszych cech użytkowych i możliwości zastosowania produktu; - Opracowywać prezentację multimedialną na potrzeby promocji i reklamy; - Informować klienta o zgodności produktu z wymaganiami określonymi w aktach unijnego prawodawstwa dot. danego produktu; - Demonstrować produkty podczas akcji promocyjnych oraz reklamowych; - Analizować efektywność działań promocyjnych; - Sporządzać sprawozdania i raporty z przeprowadzanych akcji promocyjnych.
Z6 Udzielanie informacji klientom w zakresie sprzedawanych produktów	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
- Formy i metody organizacji szkoleń/spotkań promocyjnych; - Sposoby reklamy i promocji produktu; - Zasady opracowywania prezentacji z wykorzystaniem technologii informatycznych.	- Planować i organizować szkolenia w zakresie wiedzy o firmie, produkcie, jego walorach oraz o sposobie i warunkach sprzedaży; - Przygotowywać prezentację multimedialną wspomagającą proces szkolenia; - Prowadzić szkolenia/akcje promocyjne produktów/usług.

3.4. Kompetencje społeczne

Pracownik w zawodzie **przedstawiciel handlowy** powinien posiadać kompetencje społeczne niezbędne do prawidłowego i skutecznego wykonywania zadań zawodowych.

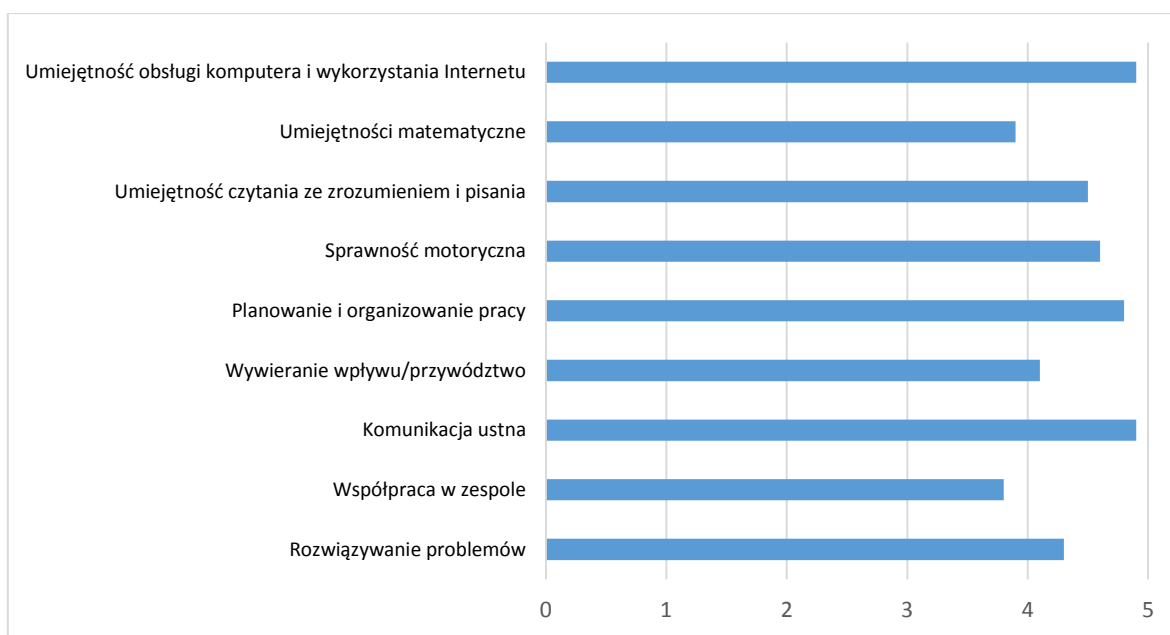
W szczególności pracownik jest gotów do:

- Ponoszenia odpowiedzialności za działanie własne w ramach prowadzonej działalności handlowej.

- Podejmowania inicjatywy i ponoszenia odpowiedzialności za kreowanie wizerunku firmy.
- Podejmowania przedsiębiorczych działań w zakresie sprzedawanych produktów i usług.
- Kulturowania i upowszechniania wzorców właściwego postępowania.
- Doskonalenia współpracy i komunikacji ze wszystkimi partnerami wewnętrznymi oraz zewnętrznymi, którzy uczestniczą w procesie sprzedaży produktów/usług.
- Kierowania się zasadami etyki zawodowej, w tym przestrzegania zasad uczciwości, rzetelności, poufności.

3.5. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu

Pracownik powinien mieć zdolność właściwego wykonywania zadań zawodowych i predyspozycje do rozwoju zawodowego. Dlatego wymaga się od niego odpowiednich kompetencji kluczowych. Zostały one zilustrowane w formie profilu (rys. 1) ukazującego ważność kompetencji kluczowych dla zawodu **przedstawiciel handlowy**.



Rys. 1. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu **przedstawiciel handlowy**

Uwaga:

Wykaz kompetencji kluczowych opracowano na podstawie wykazu stosowanego w Międzynarodowym Badaniu Kompetencji Osób Dorosłych – projekt PIAAC (OECD).

3.6. Powiązanie kompetencji zawodowych z opisami poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji oraz Sektorowej Ramy Kwalifikacji

Kompetencje zawodowe pracownika w zawodzie **przedstawiciel handlowy** nawiązują do opisów poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Opis zawodu, zadań zawodowych i wymagań kompetencyjnych może stanowić materiał informacyjny dla przygotowania (lub aktualizacji) opisów kwalifikacji wprowadzanych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK). Więcej informacji:

- Zintegrowany System Kwalifikacji: <https://www.kwalifikacje.gov.pl>
- Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji: <https://rejestr.kwalifikacje.gov.pl>

4. ODNIESIENIE DO SYTUACJI ZAWODU NA RYNKU PRACY I MOŻLIWOŚCI DOSKONALENIA ZAWODOWEGO

4.1. Możliwości podjęcia pracy w zawodzie

Przedstawiciel handlowy może podjąć pracę w bardzo wielu branżach, głównie usługowych, takich jak: medyczno-farmaceutyczna, kosmetyczna, spożywcza, paliwowa, energetyczna, budowlana, motoryzacyjna, chemiczna.

Przedstawiciel handlowy może pracować w:

- działach marketingu i sprzedaży firm sektora MSP oraz dużych przedsiębiorstwach;
- agencjach reklamowych, interaktywnych i reklamowych.

Może także rozpocząć własną działalność gospodarczą związaną z marketingiem i sprzedażą.

WAŻNE:

Zachęcamy do sprawdzenia dostępnych ofert pracy w **Centralnej Bазie Ofert Pracy**:

<http://oferty.praca.gov.pl>

Natomiast aktualizacje informacji o możliwościach zatrudnienia w zawodzie, przyszłe zapotrzebowanie na dany zawód na rynku pracy oraz dodatkowe informacje można uzyskać, korzystając z **polecanych źródeł danych**.

Polecane źródła danych [dostęp: 10.07.2018]:

Ranking (monitoring) zawodów deficytowych i nadwyżkowych:

<http://mz.praca.gov.pl>

<https://www.mpips.gov.pl/analizy-i-raporty/raporty-sprawozdania/rynek-pracy/zawody-deficytowe-i-nadwyzkowe>

Barometr zawodów: <https://barometrzwodow.pl>

Wojewódzkie obserwatoria rynku pracy:

Mazowieckie – <http://obserwatorium.mazowsze.pl>

Małopolskie – <https://www.obserwatorium.malopolska.pl>

Lubelskie – <http://lorp.wup.lublin.pl>

Regionalne Obserwatorium Rynku Pracy w Łodzi – <http://obserwatorium.wup.lodz.pl>

Pomorskie – <http://www.porp.pl>

Opolskie – <http://www.obserwatorium.opole.pl>

Wielkopolskie – <http://www.obserwatorium.wup.poznan.pl>

Zachodniopomorskie – <https://www.wup.pl/pl/dla-instytucji/zachodniopomorskie-obserwatorium-ryнку-pracy>

Podlaskie – <http://www.obserwatorium.up.podlasie.pl>

Zielona Linia. Centrum Informacyjne Służb Zatrudnienia:

<http://zielonalinia.gov.pl>

Portal Prognozowanie Zatrudnienia:

www.prognozowaniezatrudnienia.pl

Portal EU Skills Panorama:

<http://skillspanorama.cedefop.europa.eu/en>

Europejski portal mobilności zawodowej EURES:

<https://eures.praca.gov.pl>

<https://ec.europa.eu/eures/public/pl/homepage>

4.2. Instytucje oferujące kształcenie, szkolenie i/lub potwierdzanie kompetencji w ramach zawodu

Kształcenie

Obecnie (2018 r.) nie prowadzi się kształcenia w zawodzie **przedstawiciel handlowy** w ramach formalnego systemu kształcenia.

Kompetencje przydatne do wykonywania zawodu przedstawiciel handlowy oferują branżowe szkoły II stopnia i technika w zawodzie pokrewnym technik handlowiec. Kwalifikacje możliwe do potwierdzenia w tym zawodzie przez Okręgowe Komisje Egzaminacyjne (również w trybie eksternistycznym) to: AU.20 Prowadzenie sprzedaży i AU.25 Prowadzenie działalności handlowej.

Kwalifikacyjne kursy zawodowe dla tych kwalifikacji mogą prowadzić:

- publiczne szkoły prowadzące kształcenie zawodowe,
- niepubliczne szkoły posiadające uprawnienia szkół publicznych, prowadzące kształcenie zawodowe,
- publiczne i niepubliczne placówki kształcenia ustawicznego, placówki kształcenia praktycznego, ośrodki doksztalcania i doskonalenia zawodowego,
- instytucje rynku pracy prowadzące działalność edukacyjno-szkoleniową,
- podmioty prowadzące działalność oświatową na podstawie ustawy Prawo przedsiębiorców.

Publiczne i niepubliczne szkoły wyższe oferują kształcenie pozwalające na rozwój zawodowy na kierunkach np. marketing, psychologia sprzedaży.

Szkolenie

Przedstawiciel handlowy może doskonalić/rozszerzać posiadane kompetencje na licznych kursach oferowanych przedstawicielom handlowym przez publiczne i niepubliczne instytucje szkoleniowe, szkoły wyższe i pracodawców na temat np.:

- technik sprzedaży,
- umiejętności prezentacyjnych produktów,
- umiejętności negocjacyjnych,
- umiejętności personalnych,
- tworzenia pozytywnego wizerunku.

WAŻNE:

Więcej informacji o instytucjach oferujących kształcenie, szkolenie i/lub walidację kompetencji w ramach zawodu można uzyskać korzystając z **polecanych źródeł danych**.

Polecane źródła danych [dostęp: 10.07.2018]:

Szkolnictwo wyższe:

www.wyberzstudia.nauka.gov.pl

Szkolnictwo zawodowe:

<https://www.gov.pl/web/edukacja/ksztalcenie-zawodowe>

<http://doradztwo.ore.edu.pl/wybieram-zawod>

<http://www.zrp.pl>

Szkolenia zawodowe:

Rejestr Instytucji Szkoleniowych – <http://www.stor.praca.gov.pl/portal/#/ris>

Baza Usług Rozwojowych – <https://uslugirozwojowe.parp.gov.pl>

Inne źródła danych:

Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji – <https://rejestr.kwalifikacje.gov.pl>

Bilans Kapitału Ludzkiego – <https://bkl.parp.gov.pl>

Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji – <http://www.frse.org.pl>, <http://europass.org.pl>

Learning Opportunities and Qualifications in Europe – <https://ec.europa.eu/ploteus>

4.3. Zarobki osób wykonujących dany zawód/daną grupę zawodów

Przeciętne miesięczne wynagrodzenie **przedstawiciela handlowego** w 2018 r. to ponad 5000 zł brutto. Najlepsi przedstawiciele handlowi zarabiali ponad 13 000 zł brutto.

Wynagrodzenie przedstawiciela handlowego zależy w dużej mierze od rodzaju sprzedawanych produktów. Przeciętna miesięczna prowizja w obszarze: FMCG⁵ (np. artykuły spożywcze, środki czystości) czy wyposażenie domu, biura to 6000 zł brutto, a w sektorze IT czy farmacja/medycyna jest to 9000 zł brutto.

Na wysokość zarobków przedstawiciela handlowego ma wpływ wiele czynników. Do najważniejszych należy zaliczyć: rodzaj sprzedawanych produktów, region, wielkość firmy.

Jednak we wszystkich sektorach obowiązuje ta sama zasada – im więcej sprzedasz, tym więcej zarobisz.

WAŻNE:

Zarobki osób wykonujących dany zawód/grupę zawodów są orientacyjne i mogą szybko stracić aktualność. Dlatego na bieżąco należy sprawdzać, jakie zarobki oferuje rynek pracy, korzystając z **polecanych źródeł danych**.

Polecane źródła danych [dostęp: 10.07.2018]:

Wynagrodzenie w Polsce według danych GUS:

<http://stat.gov.pl/obszary-tematyczne/rynek-pracy/pracujacy-zatrudnieni-wynagrodzenia-koszty-pracy>

Przykładowe portale informujące o zarobkach:

<https://wynagrodzenia.pl/gus>

<https://wynagrodzenia.pl/kategoria/zarobki-na-stanowiskach-i-szczeblach>

<https://sedlak.pl/raporty-placowe>

<https://zarobki.pracuj.pl>

<https://www.forbes.pl/ogolnopolskie-badanie-wynagrodzen>

<https://www.kariera.pl/wynagrodzenia>

4.4. Możliwości zatrudnienia osób niepełnosprawnych w zawodzie

W zawodzie **przedstawiciel handlowy** możliwe jest zatrudnienie osób niepełnosprawnych.

Warunkiem niezbędnym jest identyfikacja indywidualnych barier i dostosowanie technicznych i organizacyjnych warunków środowiska oraz stanowiska pracy do potrzeb osób:

- z niewielką dysfunkcją narządu ruchu (05-R), która nie wyklucza stania i chodzenia, w tym samodzielnego przemieszczania się po zróżnicowanym terenie oraz nie utrudnia prowadzenia samochodu,
- z dysfunkcją narządu wzroku (04-O), jeśli posiadana wada jest skorygowana odpowiednimi szkłami optycznymi lub soczewkami kontaktowymi, które zapewnią ostrość widzenia.

WAŻNE:

Decyzja o zatrudnieniu osoby z jakimkolwiek rodzajem niepełnosprawności może być podjęta wyłącznie po indywidualnej konsultacji z lekarzem medycyny pracy.

5. ODNIESIENIE DO EUROPEJSKIEJ KLASYFIKACJI UMIEJĘTNOŚCI/KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI I ZAWODÓW (ESCO)

Europejska klasyfikacja umiejętności/kompetencji, kwalifikacji i zawodów (European Skills/Competences, Qualifications and Occupations – ESCO) jest narzędziem łączącym rynek edukacji z rynkiem pracy. ESCO jest częścią strategii „Europa 2020”. W klasyfikacji określono i uszeregowano umiejętności, kompetencje, kwalifikacje i zawody istotne dla unijnego rynku pracy oraz kształcenia

i szkolenia. Tworzenie europejskiego rynku pracy, a w przyszłości wspólnego obszaru kształcenia ustawicznego wymaga, aby zdobywane przez jednostki umiejętności oraz kwalifikacje były zrozumiałe oraz łatwo porównywalne między krajami, a także – by promowały mobilność wśród pracowników.

Obecnie (2018 r.) klasyfikacja ESCO jest dostępna w 27 językach (w 24 językach UE, islandzkim, norweskim i arabskim) za pośrednictwem platformy ESCO:

<https://ec.europa.eu/esco/portal/home>

Klasyfikacja ESCO została oparta na trzech filarach i pokazuje w sposób systematyczny relacje między nimi:

- **Zawody:** <https://ec.europa.eu/esco/portal/occupation>
- **Umiejętności/Kompetencje:** <https://ec.europa.eu/esco/portal/skill>
- **Kwalifikacje:** <https://ec.europa.eu/esco/portal/qualification>

6. ŹRÓDŁA DODATKOWYCH INFORMACJI O ZAWODZIE

Podstawowe regulacje prawne:

Stan prawny na dzień: 30.06.2018 r.

- Ustawa z dnia 13 kwietnia 2016 r. o systemach oceny zgodności i nadzoru rynku (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1398, z późn. zm.)
- Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2017 r., poz. 986, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 683, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 2070).
- Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 798).
- Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1265 i 1149).
- Ustawa z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1221, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 419).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 31 marca 2017 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia w zawodach (Dz. U. poz. 860, z późn. zm.).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 13 marca 2017 r. w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego (Dz. U. poz. 622, z późn. zm.).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 13 kwietnia 2016 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym – poziomy 1–8 (Dz. U. poz. 537).
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 227).

Literatura branżowa:

- Bednarski A.: Mistrz sprzedaży. Onepress Helion S.A., Gliwice 2011.
- Białecki K., Dorosz A., Januszkiewicz W.: Słownik handlu zagranicznego. Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1984.
- Blanchard K., Johnson S.: Jednominutowy menadżer. Wydawnictwo IFC Press Sp. z o.o., Kraków 2005.

- Ciosk P.: Jak napisać dobrą ofertę handlową. Marketing w Praktyce 9/2001, Marketing w Praktyce, Warszawa 2001.
- Drozd J.: Przedstawiciel handlowy. Wydawnictwo KaBe, Krosno 2014.
- Dyhdalewicz A.: Wybór metod ustalania cen w przedsiębiorstwach handlowych. Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, nr 625, Szczecin 2011.
- Fox J.: Sekrety wielkich handlowców. Oficyna Wydawnicza VOCATIO, Warszawa 2006.
- Gitomer J.: Biblia handlowca – Najbogatsze źródło wiedzy o sprzedaży. Wydawnictwo Helion, Gliwice 2016.
- Gut J., Haman W.: Handlowanie to gra. Onepress Helion, Gliwice 2004.
- Gut J., Haman W.: Psychologia szefa. Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015.
- Livesay J.: 7 najcenniejszych sekretów sprzedaży. Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2006.
- Lelonkiewicz A.: Doskonała prezentacja oferty. Marketing w praktyce, nr 4, Marketing w Praktyce, Warszawa 2006.
- Lunden B., Rosell L.: Techniki sprzedaży. Wydawca: BL Info, Gdańsk 2014.
- Mattson D.: Zasady Sandlera – 49 ponadczasowych zasad sprzedaży. Wydawca Gab, 2016.
- Rackham N.: Sprzedaż metodą SPIN. Wydawca GO-PRESS, Warszawa 2007.
- Tracy B.: Psychologia sprzedaży. Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2012.

Zasoby internetowe [dostęp: 10.07.2018]:

- Baza danych standardów kwalifikacji/kompetencji zawodowych i modułowych programów szkoleń: <ftp://kwalifikacje.praca.gov.pl>
- Anspire: <http://www.anspire.pl/szkolenia/sprzedaz-przez-telefon/szkolenie-negocjacje-i-techniki-sprzedazy>
- Biznes – Firma: <http://www.biznes-firma.pl/podstawowe-techniki-negocjacji-i-sprzedazy/11597>
- Corson Doradztwo w karierze: <http://www.corson.pl/centrum-stanowisk/przedstawiciel-handlowy>
- eGospodarka.pl: <http://www.praca.egospodarka.pl/121692,Przedstawiciel-handlowy-handlowiec,1,114,1.html>
- Postaw na swoim: <http://www.postawnaswoim.pl/kariera/czym-zajmuje-sie-przedstawiciel-handlowy>
- Portal Asystent BHP: <https://asystentbhp.pl>
- Standardy orzecznictwa lekarskiego ZUS: <http://www.zus.pl/lekarze/publikacje/standardy-orzecznictwa-lekarskiego-zus>
- Szkolny Ośrodek Kariery, Zespół Szkół Ponadgimnazjalnych nr 2 w Tomaszowie Mazowieckim: <http://artekn.nazwa.pl/SzOK/pl/node/12>
- Wyszukiwarka opisów zawodów: <http://psz.praca.gov.pl/rynek-pracy/bazy-danych/klasyfikacja-zawodow-i-specjalnosci/wyszukiwarka-opisow-zawodow>
- Zawodowe.com: https://www.zawodowe.com/kategorie/handel_i_sprzedaz/przedstawiciel_handlowy/opis_i_zarobki

7. SŁOWNIK POJĘĆ

7.1. Definicje powiązane z opisem informacji o zawodzie (zawodoznawcze)

Nazwa pojęcia	Definicja pojęcia
Awans zawodowy	Wyróżnia się dwa podstawowe rodzaje awansu – pionowy oraz poziomy. Awans pionowy oznacza zmianę stanowiska na wyższe w hierarchii przedsiębiorstwa/organizacji oraz przyznanie wyższego wynagrodzenia i poszerzenie uprawnień, np. awans polegający na osiągnięciu wyższego stopnia wymagań formalnych w policji, w wojsku, mianowanie na wyższy stopień – awans nauczycielski. Awans poziomy oznacza zmianę stanowiska niepociągającą za sobą zmiany pozycji pracownika w hierarchii firmy, np. objęcie dodatkowego stanowiska przez pracownika, powierzenie nowych zadań, rozszerzenie uprawnień i zakresu podejmowanych decyzji.
Czynności zawodowe	Są to działania podejmowane w ramach zadania zawodowego i dające efekt w postaci realizacji celu przewidzianego w zadaniu zawodowym.
Edukacja formalna	Kształcenie realizowane przez publiczne i niepubliczne szkoły oraz inne podmioty systemu oświaty, uczelnie oraz inne podmioty systemu szkolnictwa wyższego w ramach programów, które prowadzą do uzyskania kwalifikacji pełnych oraz kwalifikacji nadawanych po ukończeniu studiów podyplomowych (zgodnie z ustawą Prawo o szkolnictwie wyższym) albo kwalifikacje w zawodzie (zgodnie z przepisami oświatowymi).
Edukacja pozaformalna	Kształcenie i szkolenie realizowane w ramach programów, które nie prowadzą do uzyskania kwalifikacji pełnych lub kwalifikacji właściwych dla edukacji formalnej.
Efekty uczenia się	Wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne nabyte w procesie uczenia się (w ramach edukacji formalnej, edukacji pozaformalnej lub poprzez uczenie się nieformalne).
Europejskie Ramy Kwalifikacji (ERK)	Przyjęta w Unii Europejskiej struktura i opis poziomów kwalifikacji umożliwiające porównanie kwalifikacji uzyskiwanych w różnych państwach. W ERK wyróżniono 8 poziomów kwalifikacji opisywanych za pomocą efektów uczenia się (wiedza, umiejętności i kompetencje). ERK stanowi układ odniesienia do krajowych ram kwalifikacji, w tym do PRK.
Kody niepełnosprawności	Są symbolami rodzaju schorzenia, które ma decydujący wpływ na to, do jakich prac osoba niepełnosprawna może być kierowana, a do jakich nie powinna ze względu na jej zdrowie i skuteczność pracy na danym stanowisku. Podstawowe kody niepełnosprawności: 01-U upośledzenie umysłowe, 02-P choroby psychiczne, 03-L zaburzenia głosu, mowy i choroby słuchu, 04-O choroby narządu wzroku, 05-R upośledzenie narządu ruchu, 06-E epilepsja, 07-S choroby układu oddechowego i krążenia, 08-T choroby układu pokarmowego, 09-M choroby układu moczowo-płciowego, 10-N choroby neurologiczne, 11-I inne, w tym schorzenia: endokrynologiczne, metaboliczne, zaburzenia enzymatyczne, choroby zakaźne i odzwierzęce, zeszpecenia, choroby układu krwiotwórczego, 12-C całościowe zaburzenia rozwojowe.
Kompetencje społeczne	Jest to rozwinięta w toku uczenia się zdolność kształtowania własnego rozwoju oraz autonomicznego i odpowiedzialnego uczestniczenia w życiu zawodowym i społecznym, z uwzględnieniem etycznego kontekstu własnego postępowania.
Kompetencje kluczowe	Są to kompetencje (połączenie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych) integracji społecznej i zatrudnienia potrzebne w życiu zawodowym i pozazawodowym oraz do bycia aktywnym obywatelem. Na potrzeby opracowania informacji o zawodach wyróżniono 9 kompetencji, które zostały wybrane i pogrupowane ze zbioru 15 kompetencji kluczowych wyodrębnionych w Międzynarodowym Badaniu Kompetencji Osób Dorosłych – Projekt PIAAC prowadzonym cyklicznie przez OECD.
Kompetencja zawodowa	Jest to układ wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych niezbędnych do wykonywania, w ramach wydzielonego zakresu pracy w zawodzie zestawu zadań zawodowych. Posiadanie jednej lub kilku kompetencji zawodowych powinno umożliwić zatrudnienie na co najmniej jednym stanowisku pracy w zawodzie.

Kwalifikacja	Oznacza zestaw efektów uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych nabytych w edukacji formalnej, edukacji pozaformalnej lub poprzez uczenie się nieformalne, zgodnych z ustalonymi dla danej kwalifikacji wymaganiami, których osiągnięcie zostało sprawdzone w procesie walidacji oraz formalnie potwierdzone przez uprawniony podmiot certyfikujący. W Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji wyodrębniono 4 rodzaje kwalifikacji: pełne, częściowe, rynkowe i uregulowane.
Polska Rama Kwalifikacji (PRK)	Opis ośmiu wyodrębnionych w Polsce poziomów kwalifikacji odpowiadających odpowiednim poziomom Europejskich Ram Kwalifikacji sformułowany za pomocą ogólnych charakterystyk efektów uczenia się dla kwalifikacji na poszczególnych poziomach ujętych w kategoriach wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych.
Potwierdzanie kompetencji	Jest to proces polegający na sprawdzeniu, czy kompetencje wymagane dla danej kwalifikacji zostały osiągnięte. Terminy o podobnym znaczeniu: „walidacja”, „egzaminowanie”. Proces ten prowadzi do certyfikacji – wydania przez upoważnioną instytucję „dyplomu”, „świadectwa”, „certyfikatu”.
Sektorowa Rama Kwalifikacji (SRK)	Opis poziomów kwalifikacji funkcjonujących w danym sektorze lub branży; poziomy Sektorowych Ram Kwalifikacji odpowiadają odpowiednim poziomom Polskiej Ramy Kwalifikacji.
Sprawności sensomotoryczne	Są to sprawności związane z funkcjonowaniem narządów zmysłów (wzroku, słuchu, smaku, powonienia, dotyku) oraz narządu ruchu (sprawność rąk, precyzja ruchów rąk, sprawność nóg, koordynacja wzrokowo-ruchowa itp.).
Stanowisko pracy	Jest to miejsce pracy w strukturze organizacyjnej, np. przedsiębiorstwa, instytucji, organizacji, w ramach którego pracownik wykonuje zadania zawodowe stale lub okresowo. Do prawidłowego wykonywania zadań na danym stanowisku pracy konieczne jest posiadanie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych właściwych dla kompetencji zawodowych wyodrębnionych w zawodzie.
Tytuł zawodowy	Jest przyznawany osobie, która udowodniła, że posiada określony zasób wiedzy i umiejętności potrzebny do wykonywania danego zawodu. W niektórych grupach zawodowych (technicy, lekarze, rzemieślnicy) istnieją ustawowo zadekretowane nazwy i hierarchie tych tytułów, podczas gdy w innych nie ma takich systemów. Przykładowo tytuły zawodowe uzyskiwane w szkołach i placówkach oświaty to: robotnik wykwalifikowany i technik, w rzemiośle: uczeń, czeladnik, mistrz, w kulturze fizycznej: trener, instruktor, menedżer sportu.
Umiejętności	Jest to przyswojona w procesie uczenia się zdolność do wykonywania zadań i rozwiązywania problemów właściwych dla dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej.
Uprawnienia zawodowe	Oznaczają posiadanie prawa do wykonywania czynności zawodowych (zawodu), do których dostęp jest ograniczony poprzez przepisy prawne przewidujące konieczność posiadania odpowiedniego wykształcenia, spełnienia wymagań kwalifikacyjnych lub innych dodatkowych wymagań.
Uczenie się nieformalne	Uzyskiwanie efektów uczenia się poprzez różnego rodzaju aktywność poza edukacją formalną i edukacją pozaformalną, w tym poprzez samouczenie się i doświadczenie uzyskane w pracy.
Walidacja	Oznacza sprawdzenie czy osoba ubiegająca się o nadanie określonej kwalifikacji, niezależnie od sposobu uczenia się (edukacja formalna, pozaformalna i uczenie się nieformalne) tej osoby, osiągnęła wyodrębnioną część lub całość efektów uczenia się wymaganych dla tej kwalifikacji.
Wiedza	Jest to zbiór opisów obiektów i faktów, zasad, teorii oraz praktyk przyswojonych w procesie uczenia się, odnoszących się do dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej.
Wykształcenie	Oznacza rezultat procesu kształcenia w zakresie ogólnym i specjalistycznym charakteryzowany na podstawie: – poziomu wykształcenia odpowiadającego poziomowi ukończonej szkoły (np. wykształcenie: podstawowe, gimnazjalne, ponadpodstawowe, ponadgimnazjalne, czeladnicze, policealne, wyższe (pierwszy, drugi i trzeci stopień), – profilu wykształcenia (ukończonej szkoły) lub dziedziny wykształcenia (kierunek lub kierunek i specjalność ukończonej szkoły wyższej lub wyższej szkoły zawodowej).
Zadanie zawodowe	Jest to logiczny wycinek lub etap pracy w ramach zawodu o wyraźnie określonym początku i końcu wykonywany na stanowisku pracy. Na zadanie zawodowe składa się układ czynności zawodowych powiązanych jednym celem, kończący się określonym wytworem, usługą lub istotną decyzją. W wyniku podziału pracy każdy zawód różni się wykonywanymi zadaniami, na które składają się czynności zawodowe.

Zawód	Jest to zbiór zadań zawodowych wyodrębnionych w wyniku społecznego podziału pracy, wykonywanych przez poszczególne osoby i wymagających odpowiednich kwalifikacji i kompetencji (wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych), zdobytych w wyniku kształcenia lub praktyki. Wykonywanie zawodu stanowi źródło utrzymania.
Zintegrowany System Kwalifikacji (ZSK)	Wyodrębniona część Krajowego Systemu Kwalifikacji, w której obowiązują określone w ustawie standardy opisywania kwalifikacji oraz przypisywania poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji do kwalifikacji, zasady włączania kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji i ich ewidencjonowania w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (ZRK), a także zasady i standardy certyfikowania kwalifikacji oraz zapewniania jakości nadawania kwalifikacji. Informacje o ZSK są dostępne pod adresem: https://www.kwalifikacje.gov.pl
Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji (ZRK)	Rejestr publiczny prowadzony w systemie teleinformatycznym ewidencjonujący kwalifikacje włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Informacje o ZRK są dostępne pod adresem: https://rejestr.kwalifikacje.gov.pl

7.2. Definicje związane z wykonywaniem zawodu (branżowe)

Lp.	Nazwa pojęcia	Definicja	Źródło
1	Akcje promocyjne	Narzędzie marketingowe służące promocji sprzedaży lub jako mechanizm motywacyjny. Akcją promocyjną może być konkurs, sprzedaż premiowa, loteria promocyjna i inne.	Prawo marketingu.pl, http://prawomarketingu.pl/akcja-promocyjna-umowa-czy-przyrzeczenie-publiczne [dostęp: 10.07.2018]
2	Analiza rynku konkurencji	Ciągły proces obejmujący identyfikację obecnych oraz potencjalnych konkurentów. Koncepcja ta zakłada stały monitoring działań podejmowanych przez rywali rynkowych w każdym z kluczowych aspektów ich funkcjonowania na rynku.	PMR Consulting & Research, http://www.pmr.com/analiza-konkurencji-definicja-proces [dostęp: 10.07.2018]
3	Badania produktowe	Badania produktowe umożliwiają zebranie wiarygodnych informacji na temat preferencji konsumentów w odniesieniu do proponowanej im oferty. Pozwalają dokładniej poznać i lepiej zrozumieć potrzeby: decydentów w procesie zakupowym, klientów dokonujących zakupów, finalnych użytkowników. Badania tego rodzaju to cenne źródło wiedzy na temat możliwości zwiększania wartości konkretnego produktu w oczach wybranej grupy odbiorców.	PMR Consulting & Research, http://www.pmr.com/badania-produktowe [dostęp: 10.07.2018]
4	Deklaracja zgodności producenta	Oświadczenie producenta, instalatora lub ich upoważnionego przedstawiciela albo prywatnego importera, na ich wyłączną odpowiedzialność, że wyrób jest zgodny z wymaganiami prawodawstwa unijnego.	http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU2017001398/U/D20171398Lj.pdf [dostęp: 10.07.2018]
5	FMCG	Określenie wykorzystywane w marketingu, opisujące produkty codziennego użytku, tzw. szybko zbywalne (ang. FMCG, fast-moving consumer goods), np. artykuły spożywcze, chemia gospodarcza, drobne artykuły gospodarstwa domowego.	Słownik Marketingowy, http://www.ism.com.pl/index.php/reklama/slownik-reklamy [dostęp: 10.07.2018]
6	Oferta handlowa	Proponycja sprzedaży lub kupna towarów albo usług, określająca istotne warunki przyszłej umowy kupna-sprzedaży.	Białecki K., Dorosz A. Januszkiewicz W.: Słownik handlu zagranicznego. Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1984, s. 182
7	Podaż	To ilość dobra, jaką sprzedawcy są gotowi zaoferować przy różnym poziomie ceny oraz przy założeniu niezmienności innych elementów charakteryzujących sytuację na rynku.	Encyklopedia Zarządzania, https://mfiles.pl/pl/index.php/Poda%C5%BC [dostęp: 10.07.2018]

8	Popyt	To ilość dobra, jaką nabywcy są w stanie zakupić przy różnych poziomach ceny, zamiar i oferta kupna poparte odpowiednią sumą pieniędzy, jaką dysponuje ewentualny nabywca.	Encyklopedia Zarządzania, https://mfiles.pl/pl/index.php/Popyt [dostęp: 10.07.2018]
9	Sprzedaż bezpośrednia	Oferowanie towarów i usług bezpośrednio konsumentom na zasadach kontaktów indywidualnych, zazwyczaj w domu klienta, miejscu pracy lub w innych miejscach, poza stałymi punktami sprzedaży detalicznej. Jest formą sprzedaży detalicznej poza siecią sklepową. Sprzedaż bezpośrednia wymaga osobistej prezentacji produktu.	Polskie Stowarzyszenie Sprzedaży Bezpośredniej, https://pssb.pl/sprzedaz-bezposrednia/czym-jest-sprzedaz-bezposrednia [dostęp: 10.07.2018]
10	System oceny zgodności produktu	System oceny zgodności tworzą zasady, procedury oraz normy określające sposób przeprowadzania oceny zgodności oraz wymagania dotyczące wyrobów podlegających ocenie zgodności. System nadzoru rynku obejmuje: – kontrolę spełniania przez wyroby wymagań lub kontrolę w zakresie stwarzania przez wyroby zagrożenia; – postępowanie w sprawie wprowadzonych do obrotu lub oddanych do użytku wyrobów niezgodnych z wymaganiami lub stwarzających zagrożenie; – kontrolę wyrobów przywożonych na teren Unii Europejskiej w zakresie objętym ustawą.	http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/download.xsp/WDU20170001398/U/D20171398Lj.pdf [dostęp: 10.07.2018]
11	Target	W tłumaczeniu z języka angielskiego, słowo to oznacza „cel”. Target określa maksymalny pułap cenowy, który może zostać osiągnięty w wyniku wzrostów, bądź spadków cen instrumentów.	mBrokers.pl, https://mbrokers.pl/rynek-kapitalowy/forex/podstawowe-pojecia-forex/co-to-jest-target [dostęp: 10.07.2018]
12	Targi branżowe	Targi to miejsce spotkań handlowych organizowanych regularnie, zawsze w tym samym ośrodku, w ustalonych odstępach czasu, o ograniczonym z góry czasie trwania. Ich zadaniem jest umożliwienie uczestnikom zaprezentowania oferty w celu dokonania transakcji handlowych. Targi, będące formą zorganizowanego rynku, umożliwiają kontakt wielu sprzedających z wieloma kupującymi. Sprzedający przedstawiają swoje oferty, przy czym są one najczęściej połączone z wystawieniem na widok publiczny towarów (eksponatów) lub ich próbek. Z uwagi na zasięg branżowy targi dzielą się na: targi uniwersalne (wszystkie grupy wystawców i zwiedzających) i targi specjalistyczne (zorientowane na produkt, na proces technologiczny, na temat).	Definicja opracowana przez zespół ekspercki na podstawie: https://mfiles.pl/pl/index.php/Targi [dostęp: 10.07.2018]

ZASTOSOWANIE INFORMACJI O ZAWODACH

Wsparcie dla pracowników i klientów instytucji rynku pracy w zakresie:

- skutecznego podejmowania decyzji dotyczących wyboru zawodu, pracy/zatrudnienia,
- nabywania nowych lub rozszerzania już posiadanych kompetencji zawodowych,
- zmiany kwalifikacji zawodowych zgodnie z potrzebami rynku pracy,
- dopasowywania treści szkoleń kontraktowanych przez urzędy pracy do potrzeb rynku pracy.

Wsparcie dla różnych grup interesariuszy w zakresie:

- poradnictwa i doradztwa zawodowego,
- tworzenia i aktualizacji ofert szkoleniowych dla rynku pracy,
- dostosowania oferty kształcenia zawodowego do wymagań rynku pracy,
- tworzenia i aktualizacji opisów stanowisk pracy,
- przygotowania lub aktualizacji opisu kwalifikacji rynkowych wprowadzanych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.