



REKOMENDACJA¹ NR 2/2020² SEKTOROWEJ RADY DS. KOMPETENCJI W HANDLU

**1. REKOMENDACJA ZOSTAŁA WYDANA UCHWAŁĄ RADY NR
14 Z DNIA 13.09.2021 R.**

**2. ANALIZA STANU SEKTORA Z PUNKTU WIDZENIA POTRZEB
KOMPETENCYJNYCH, W TYM SZCZEGÓŁOWE
UZASADNIENIE DOTYCZĄCE PRZEDSTAWIONYCH
REKOMENDACJI W PUNKCIE 3/**

ANALIZA STANU SEKTORA Z PUNKTU WIDZENIA POTRZEB KOMPETENCYJNYCH

Spowodowane pandemią COVID-19 zmiany, które zaszły w światowej gospodarce w okresie ostatnich kilkunastu miesięcy, w zdecydowany sposób odbiły się również na wymaganiach kompetencyjnych odnośnie pracowników sektora handlu. Konieczność dostosowania rekomendacji, zgłaszanych przez Sektorową Radę ds. Kompetencji w Handlu, do nowych oczekiwań sektora, wymusza dokonanie w nich istotnych modyfikacji.

Niniejsza analiza opiera się na prowadzonych, od stycznia 2020 r. do marca 2021 r., pracach plenarnych Sektorowej Rady ds. Kompetencji w Handlu, jak też pracach wchodzących w jej skład Branżowych Grup Roboczych ds. kompetencji przyszłości oraz ds. badań. W opracowaniu skorzystano z danych i raportów oraz artykułów publikowanych w mediach branżowych w roku 2020 i w pierwszym kwartale roku 2021. Oparto się również na udzielanych w tym sam okresie wypowiedziach i opiniach zebranych wśród interesariuszy handlu oraz ekspertów i przedstawicieli organizacji grupujących podmioty sektora handlu. Wśród takich organizacji można wymienić między innymi Polską Izbę Handlu, skupiającą właścicieli około 30 tysięcy podmiotów handlowych operujących głównie w branży FMCG; Francusko-Polską Izbę

¹ Środki, którymi PARP dysponuje na wdrażanie rekomendacji, niejednokrotnie są niewystarczające, żeby zaspokoić zapotrzebowanie na kompetencje w sektorze. Dlatego też, rekomendacja ma być **drogowskazem** dla innych instytucji przy podejmowaniu planów związanych z finansowaniem edukacji. W związku z powyższym, rekomendacja nie powinna ograniczać się tylko do perspektywy finansowej, którą dysponuje PARP, ale obejmować całe, identyfikowane przez sektor zapotrzebowanie.

² Numer rekomendacji wydanej przez Sektorową Radę ds. Kompetencji/rok jej wydania.



Gospodarczą, zrzeszającą między innymi francusko-polskie przedsiębiorstwa handlowe oraz firmy produkcyjne posiadające działy handlowe jak również Krajową Izbę Gospodarczą, skupiającą szereg organizacji branżowych związanych z handlem.

Handel stanowi jeden z najważniejszych sektorów w gospodarce według danych GUS, w roku 2019 jego udział w tworzeniu PKB wynosił 15,6% [GUS: 2020]. Działalność handlowa przenika wszystkie branże i łączy je siecią wzajemnych powiązań o charakterze globalnym. W PKD 2007 handel wchodzi w skład sekcji G. i obejmuje hurtową i detaliczną sprzedaż towarów, bez ich podziału na rodzaje, oraz świadczenie usług związanych z nimi. W skład sekcji G wchodzi również, wyróżniony w szczególny sposób, handel i naprawa samochodów i motocykli. Opierając się na stosującej powyższą klasyfikację danych GUS można stwierdzić, że sektor handlu jest jednym z najistotniejszych w całej gospodarce Polski. Znajduje to swoje odzwierciedlenie w danych na temat zatrudnienia w handlu. Dane GUS z lat 2010 – 2019 wskazują, że zatrudnienie w sektorze handlu wykazuje stałą tendencję wzrostową, która wyhamowuje dopiero w roku 2019. W roku 2010 w handlu pracowało 2183020 osób, w roku 2018 2370700, zaś w 2019 roku 2360900 osób. Natomiast raport Rynek Pracy Specjalistów 2020 podaje, że najczęściej poszukiwanymi byli pracownicy kategoryzowani jako zajmujący się handlem i sprzedażą. [Pracuj.pl:2020] W ogólnej puli ogłoszeń o pracę na portalu Pracuj.pl, w roku 2019 stanowiły one 30%, zaś w roku 2020 33%.

Wielka różnorodność i złożoność tego sektora oraz jego silne powiązania z globalną gospodarką i łańcuchami dostaw powodują, że jest on szczególnie narażony na konsekwencje pandemii COVID-19 oraz wszelkich nagłych zdarzeń zakłócających te powiązania i kanały. Wzrastająca liczba zachorowań na COVID-19 i spowodowane nią, nakładane przez rząd, ograniczenia dla handlu powodują, że wśród jego pracowników narastają obawy, co do możliwości utraty pracy w wyniku zamknięcia sklepu bądź własnej długotrwałej choroby. Według badań danych Barometru Rynku Pracy XV Pandemia: ciągłe obawy a nowy optymizm, opublikowanych w styczniu 2021 przez Work Service, aż 35% pracujących obawia się utraty pracy z powodu pandemii, jednak największy niepokój występuje u badanych pracowników sektora handlu. Dla porównania, według tego samego badania przeprowadzonego w lipcu 2020 r., utraty pracy obawiało się 16 proc. badanych pracowników. Nastawienie to w dużej mierze jest wynikiem pandemii i związanych z nią problemów i ma ono charakter narastający. Według edycji specjalnej raportu Instytutu Badawczego Randstadt, z 7 kwietnia 2020, już rok temu nastroje pracowników w sektorze handlu były dużo bardziej niekorzystne niż przed pandemią [Randstadt: 2020]¹. Swoją sytuację, jako zagrożoną w poważnym stopniu zwolnieniem, określiło wtedy 34 ze 154 badanych pracowników kategorii handel detaliczny/hurtowy. W podsumowaniu badania stwierdzono, że utraty pracy najbardziej obawiają się osoby pracujące na umowę na czas określony, na umowę zlecenie oraz umowę o dzieło oraz sprzedawcy/kasjerzy. Niekorzystne opinie pracowników sektora, na temat ewentualnych zwolnień są bezpośrednim wynikiem wygaszania zatrudnienia, poprzez nie przedłużanie umów oraz wypowiedzanie umów zlecenia, co miało i ma miejsce w odpowiedzi na lockdown i powodowane chęcią dalszego działania dążenie do obniżania kosztów. Pracownicy handlu mają nie tylko świadomość, że mogą stracić pracę, ale też, że z racji jej charakteru, polegającego w większości przypadków na bezpośrednim kontakcie z klientami, są

jedną z grup najbardziej narażonych na zakażenie. Pomimo lockdownów, negatywnego wpływu ograniczeń handlu i jego przekształceń, rynek pracy sektora wciąż poszukuje pracowników. Najbardziej pożądanymi są sprzedawcy/kasjerzy, przede wszystkim do sklepów spożywczych, następnie dostawcy oraz pracownicy magazynów sieci handlowych [wgospodarce.pl: 2020]ⁱⁱ. Praca na niższych stanowiskach w handlu detalicznym jest jednak traktowana jako jedna z najgorszych opcji kariery, zaś do jej podjęcia najczęściej nie są wymagane żadne szczególne kwalifikacje. Za sprawą rosnących sieci dyskontowych, które konkurują o pracowników, kwestie zarobkowe w tej części rynku pracy handlu zaczęły ulegać zmianie. Ale w większości przypadków praca ta nadal jest, niebezpiecznie, uważana przez wielu za gorszą. Sprzedawcy ciągle narzekają na niskie zarobki, zmianowy charakter i małą elastyczność w zakresie czasu pracy, trudności w dojazdach do pracy i niepewność zatrudnienia. Natomiast pracodawcy narzekają, że pracownicy niższych stanowisk handlu bardzo często porzucają pracę, co powoduje, że w okresie kilku miesięcy wiele sklepów wymienia niejednokrotnie wszystkich pracowników na takich stanowiskach. Jednocześnie odchodzący pracownicy, nie posiadając szczególnych kwalifikacji, nadal poszukują pracy na niższych stanowiskach w handlu, gdzie te nie są wymagane. Receptą na taką sytuację jest przywrócenie etosu zawodowego sprzedawcy/kasjera, poprzez zwiększenie wymagań rekrutacyjnych oraz preferencyjne traktowanie pracowników rozwijających i certyfikujących swoje kwalifikacje.

TENDENCJE ROZWOJOWE W HANDLU

Rok 2020 cechował się niezwykłym rozwojem e-commerce w Polsce. Mimo obaw ekspertów Polacy przekonali się do tej formy handlu. Według Business Insider aż 85% indagowanych stwierdza, że nie zamierza już kupować w inny sposób, zaś analizy rynkowe wskazują, że w perspektywie do roku 2026 rozwój tego kanału sprzedaży nadal będzie bardzo szybko postępował [businessinsider.pl:2021]ⁱⁱⁱ Sytuacja ta powoduje drastyczny wzrost zapotrzebowania na fachowców zajmujących się sprzedażą i reklamą w Internecie. Wzrost zapotrzebowania na specjalistów e-commerce, zarówno sprzedawców jak też marketingowców, dotyczy wszystkich branż obecnych w handlu. Podobna sytuacja ma miejsce w kontekście kierowników sprzedaży e-commerce, digital managerów, przy czym w ich przypadku luka na rynku pracy poszerza się stopniowo, postępując wraz ze wzrostem wielkości rodzimych podmiotów działających w tym kanale dystrybucji.

Razem z rozwojem e-commerce nabiera tempa tendencja do przenoszenia szeregu działań pracowników handlu w tryb pracy zdalnej [wgospodarce.pl: 2020]^{iv}. Często wiąże się to z upskillingiem i reskillingiem, co dotyczy zwłaszcza pracowników działających od lat w handlu B2B [dlahandlu.pl: 2020]^v. Działając na nowym nieznanym obszarze i pracując zdalnie mają oni inne oczekiwania i możliwości działania. Zjawisko to dotyczy zarówno pracowników jak też menadżerów/kierowników, którzy nie mogą działać tak samo jak w przypadku pracy stacjonarnej. Na pracowników i osoby zarządzające nakładają się też liczne niesprzyjające czynniki, jak niepewność i stres wynikające z pandemii COVID-19, destrukcyjny wpływ „zamknięcia” w okresie pandemii, niepewność wynikająca z braku większego doświadczenia w działaniach zdalnych oraz

w e-commerce i swoiste dla pracy w trybie zdalnym problemy zarządzania i kontrolowania zadań. Pracownicy w czasach kryzysu COVID-19 oczekują od menadżerów raczej podejścia liderkiego, czyli większego wyczucia, współczucia, troski i budowania u pracowników pewności siebie w podejmowanych przez nich decyzjach [accenture.com: 2021]^{vi}. Poszukiwany obecnie menadżer sprzedaży e-commerce, czy digital manager, powinien posiadać nie tylko kompetencje sprzedażowe czy IT, ale też bardzo szerokie kompetencje społeczne i liderkie, właściwe do niedawna najwyższym szczeblom kierowniczym. Niezwykle istotna jest gotowość do myślenia krytycznego, akceptacji niewiedzy jako motoru poznania i porażki jako źródła sukcesu. W sytuacji niepewności menadżer powinien potrafić wskazywać pracownikom cele i poprzez relacje działać na rzecz ich rozwoju i bezpieczeństwa. Tworzone przez menadżera-lidera relacje pozwalają budować więzi pomiędzy pracownikami oraz między pracownikami i klientami. W sytuacjach kryzysu i niepewności relacje te stanowią oparcie, pozwalają na dzielenie się wiedzą, szybsze znajdowanie rozwiązań problemów i obniżenie poziomu niepewności. W przypadku klasycznego handlu wpływają one również na podniesienie samooceny i obniżenie rotacyjności na niższych stanowiskach w handlu.

Pomimo początkowych obaw co do możliwości przejścia podmiotów handlowych do kanału e-commerce [Izba Gospodarki Elektronicznej: 2020]^{vii}, w roku 2021 wiadomo już, że proces ten postrzegany początkowo jako taktyczna konieczność, stał się rozległym polem sukcesu. Polski rynek e-commerce wykazuje tak wielką dynamikę, że w marcu 2021 ogłoszono rychłe wejście do naszego kraju światowej platformy handlu elektronicznego Amazon [wiadomościhandlowe.pl: 2021]^{viii}. Potencjalnie da ona możliwość uczestniczenia w globalnym rynku nawet drobnym podmiotom handlowym. Jednak, aby móc z niej z sukcesem korzystać ponownie ważna będzie wiedza i umiejętności związane z działalnością e-commerce i nowoczesnym zarządzaniem w handlu.

Na wskazane wyżej problemy rynku pracy sektora handlu, wynikające z braków kompetencyjnych jego pracowników, nakłada się wzmocniona przez COVID-19 niemożność pozyskiwania rzetelnej wiedzy w toku tradycyjnych sesji szkoleniowych i kursów, co dotyczy zwłaszcza zagadnień e-commerce i nowoczesnego zarządzania w handlu. Dostosowując się do sytuacji handlowcy poszerzają swoją wiedzę korzystając z możliwości uczestniczenia w zajęciach szkoleniowych online, które są one jednak różnej jakości. Dlatego szczególnego znaczenia nabiera właściwe i uznawane walidowanie i certyfikowanie zdobywanych kompetencji. Uznawane kwalifikacje, mogą stać się w przyszłości istotnymi walorami na rynku pracy handlu, gdyż dając pracodawcy pewność co do kompetencji danej osoby będą zapewniać większą trwałość zatrudnienia w sytuacjach kryzysowych. Tym samym może ulec zmianie nastawienie pracowników sektora do pozyskiwania nowych kompetencji i kwalifikacji.

Eksperti sektora przewidują, że po ustaniu stanu epidemicznego, w skutek zmian w preferencjach i przyzwyczajeniach klientów, dojdzie do utrwalenia trendów, jakie pojawiły się w okresie pandemii. Dużego znaczenia nabędą kompetencje społeczne handlowców i zarządzających handlem, będą one miały szczególną rolę w zespołach pracujących zdalnie oraz ze wsparciem ICT. Jednymi z najważniejszych kompetencji menadżerskich będzie budowa relacji, umiejętność wskazywania im celów i wspierania w ich realizacji oraz gotowość do stosowania

strategii otwartości w kontaktach z podległym personelem. W przypadku niższych stanowisk handlu detalicznego bardzo istotne będą kompetencje związane z bezpieczeństwem produktów i ludzi, umiejętność pracy w sytuacjach trudnych oraz nawiązywanie relacji z klientami i pozostałym personelem.

ANALIZA WYNIKÓW MONITORINGU W UJĘCIU SYNTETYCZNYM, ODNOSZĄCYM SIĘ DO KWALIFIKACJI

Analiza raportów syntetycznych Działania 3.2. Monitorowanie zapotrzebowania pracodawców na kompetencje pracowników w sektorze handlu projektu „Utworzenie sektorowej Rady ds. Kompetencji sektora handlu”, Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój 2014 – 2020 współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego (POWR.02.12.00-IP.09-00-006/18) o nr POWR.02.12.00-00-SR15/18, za okres od 01.2020 – 02.2021 pozwoliła określić cztery główne zakresy kompetencyjnych handlu, które są oczekiwane przez pracodawców sektora. W każdym z wyróżnionych zakresów, bazując na opublikowanym projekcie Sektorowej Ramy Kwalifikacji Handlu, wskazano podstawowe obszary kompetencyjne, z podziałem na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne. Posłużyły one jako podstawa do dalszych prac nad rekomendacjami. Poniżej, opierając się na raportach syntetycznych Działania 3.2, przedstawiono wspomniane zakresy kompetencji handlu oraz stanowiące podstawę ich wyodrębnienia obszary kompetencyjne.

Wskazano również odniesienie obszarów do poziomów SRKH:

1/ E-commerce i cyfryzacja – poziomu 4-7 SRKH

Wiedza: wiedza o narzędziach e-commerce, wiedza o kanałach dystrybucji elektronicznej, wiedza o rynku e-commerce, wiedza na temat zagadnień promocji w Internecie, wiedza o procesach cyfryzacji, ich planowaniu oraz metodyce wdrażania

Umiejętność: umiejętność doboru i obsługi usług i oprogramowania wspierającego e-commerce, umiejętność planowania systemu sprzedaży e-commerce, umiejętność pozyskiwania informacji o klientach e-commerce: umiejętność szybkiego kontaktu i przekazywania klientowi oczekiwanych informacji ,

Kompetencje społeczne: gotowość do kontaktu z klientami i dostawcami oraz do ciągłego poszerzania wiedzy o produktach i rynkach, gotowość do pracy zdalnej za pośrednictwem komputera,

2/ Ekologiczna żywność, żywność wegańska, produkty ekologiczne oraz produkty lokalne - poziomy 3,4 SRKH

Wiedza: znajomość prostych produktów, wiedza o rynkach pochodzenia i sposobach produkcji, podstawowa wiedza o oczekiwaniach klienta,

Umiejętność: umiejętność pozyskiwania informacji o klientach oraz ich oczekiwaniach, umiejętność przekazywania klientowi oczekiwanych informacji (np. o drodze produktu) w przystępnej dla niego formie,

Kompetencje społeczne: gotowość do kontaktu z klientami i dostawcami oraz do ciągłego poszerzania wiedzy o produktach i rynkach, gotowość do nawiązywania kontaktu z klientami i dostawcami lokalnymi,

3/ Ochrona środowiska naturalnego, gospodarka odpadami, bezpieczeństwo produktu i klienta – poziom 4-5 SRKH

Wiedza: złożona znajomość produktów ekologicznych, zaawansowana wiedza o rynkach pochodzenia i sposobach produkcji, wiedza o oczekiwaniach klienta, wiedza o przepisach i regulacjach wewnętrznych związanych z recyklingiem i dbałością o środowisko, znajomość BHP i aktualnych przepisów sanitarnych.

Umiejętność: umiejętność pozyskiwania i analizowania informacji o klientach oraz ich oczekiwaniach, umiejętność zainteresowania klienta informacjami zgodnymi z jego oczekiwaniami i przekazanymi w przystępnej dla niego formie, umiejętność praktycznej realizacji recyklingu i dbałości o środowisko naturalne, stosowanie przepisów BHP oraz przepisów sanitarnych.

Kompetencje społeczne: gotowość do kontaktu z klientami i dostawcami oraz do ciągłego poszerzania wiedzy o produktach i rynkach pogłębione umiejętności rozpoznawania nowych zjawisk i pojawiających się trendów dotyczących podaży produktów, gotowość do wdrażania i upowszechniania idei ochrony środowiska naturalnego, gotowość do stosowania się do zasad BHP i aktualnych przepisów sanitarnych oraz do promowania takich zachowań wśród pracowników i klientów handlu

4/ Zarządzanie podmiotami handlu, dostosowane do warunków wzmożonego wykorzystania nowych kanałów dystrybucji produktów i usług – poziomy 5,6,7 SRKH

Wiedza: wiedza o zarządzaniu zespołami rozproszonymi, pracującymi w trybie pracy zdalnej i hybrydowej, poszerzona wiedza o nowoczesnych kanałach sprzedaży i możliwościach ich modyfikacji, wiedza o procesach i metodach komunikowania w organizacji,

Umiejętność: umiejętności analityczne dotyczące zachowań klientów i wykorzystywania poznanych trendów, umiejętności dostrzeżenia szans rynkowych oraz ich wykorzystania poprzez trafne decyzje odnośnie innowacji, umiejętność planowania działań informacyjno-promocyjnych personelu prowadzonych z zastosowaniem komunikacji elektronicznej (portale społecznościowe, wyszukiwarki, aplikacje), umiejętności praktycznego i bezprzemocowego komunikowania się z personelem, z wykorzystaniem nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych, umiejętność budowania pozytywnych relacji i rozwiązywania konfliktów pracowników organizacji handlowej

Kompetencje społeczne: gotowość do stałej komunikacji z personelem oraz z otoczeniem zewnętrznym, gotowość do służenia personelowi fachowym doradztwem i wsparciem, gotowość do samodzielnego budowania relacji z pracownikami, partnerami biznesowymi i konsumentami, gotowość do podejmowania odpowiedzialności za efekty własnych działań

Opierając się na wskazówkach wynikających z SRKH oraz na wykonanych analizach do rekomendacji monitoringu przypisano 6 rekomendacji handlu: 1/ Obsługa klienta i sprzedaż

w punkcie handlowym – sprzedawca; 2/ Prowadzenie sprzedaży i obsługiwanie klienta w e-commerce; 3/ Generowanie leadów sprzedażowych; 4/ Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży, w tym zdalnej, skierowanej do klientów biznesowych i zarządzanie ryzykiem – handlowiec; 5/ Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy; 6/ Studia podyplomowe MBA w zakresie zarządzania w handlu krajowym i międzynarodowym - Master of Business Administration in Domestic and International Trade

KONSULTACJE REKOMENDACJI ORAZ ICH EFEKTY

METODOLOGIA KONSULTACJI

Przedstawiony powyżej zestaw rekomendacji został poddany konsultacją w środowisku sektora handlu. Jako metody konsultacji wybrano efektywną i pozwalającą ograniczyć koszty oraz dotrzeć do pożądaných respondentów metodę Computer Attachment Telephone Interview (dalej CATI) oraz pogłębiony wywiad grupowy (FGI)

Scenariusz wywiadu CATI zakładał około 30 minutową rozmowę telefoniczną, w trakcie której anonimowi respondenci – przedstawiciele sektora handlu, wyrażali swoje zdanie na temat przedstawianych im kwalifikacji wyróżnionych we wstępnej rekomendacji. Moderator prowadzący rozmowę w każdym przypadku szczegółowo informował respondentów o każdej z wyróżnionych kwalifikacji a następnie, z zastosowaniem 5 punktowej skali Likerta, notował opinie badanych odnośnie przydatności/potrzeby danej rekomendacji. Badani byli również pytani, jak duże według nich zapotrzebowanie występuje na daną rekomendację.

Badanie zostało wykonane w dniach od 15 do 20 lutego 2021 roku. Do udziału w badaniu CATI zrekrutowano 20 respondentów, stanowiących reprezentację różnych części sektora handlu. Liczba respondentów została tak dobrana aby spełniała warunek teoretycznej wystarczalności nasycenia próby [Day:1999, za: Charmaz: 2009] . Poniżej przedstawiono charakterystykę oraz liczbę respondentów: 1/ pracownicy handlu detalicznego – 4 respondentów; 2/ pracownicy e-handlu – 4 respondentów; 3/ kierownicy sklepów w sieciach handlowych – 2 respondentów; 4/ handlowcy B2B – 2 respondentów; 5/ pracownicy działów HR sieci handlowych – 2 respondentów; 6/ właściciele firm sektora handlu - 2 respondentów; 7/ nauczyciele szkół ponadpodstawowych kształcących w zawodach handlowych – 2 respondentów; 8/ nauczyciele akademicki kształcący w specjalnościach związanych z handlem – 2 respondentów. RAZEM 20 respondentów CATI.

Wywiad FGI był prowadzony przez moderatora w formie zdalnej rozmowy z grupą 8 zaproszonych ekspertów sektora handlu, z którymi dyskutowano na temat prezentowanych rekomendacji. Uczestnicy FGI byli proszeni o opinie na temat zasadności danej rekomendacji. Uczestnicy FGI byli również pytani o Poniżej przedstawiono charakterystykę respondentów biorących udział w FGI: 1/ pracownicy działów HR sieci handlowych – 2 respondentów; 2/ właściciele firm handlu - 2 respondentów; 3/ przedstawiciele organizacji sektora handlu – 2 respondentów; 4/ przedstawiciele instytucji badawczych zajmujący się handlem – 2 osoby RAZEM 8 respondentów FGI.

WYNIKI KONSULTACJI

Wyniki uzyskane z wywiadów CATI, dla poszczególnych konsultowanych rekomendacji wykazały, że respondenci wskazują ważność dla sektora w następującej gradacji i przypisują im wskazane w nawiasach zapotrzebowanie: 1/ Prowadzenie sprzedaży i obsługiwanie klienta w e-commerce (2000 zapotrzebowanie) 2/ Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym – sprzedawca (6000 zapotrzebowanie) 3/ Generowanie leadów sprzedażowych (1500 zapotrzebowanie) 4/ Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży, w tym zdalnej, skierowanej do klientów biznesowych i zarządzanie ryzykiem – handlowiec (2000 zapotrzebowanie) 5/ Aktywne prowadzenie sprzedaży zdalnej skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy (2000 zapotrzebowanie) 6/ Studia podyplomowe MBA w zakresie zarządzania w handlu krajowym i międzynarodowym / Master of Business Administration in Domestic and International Trade (500 zapotrzebowanie)

W wywiadzie FGI respondenci wskazali podobną gradację, jednak w tym przypadku rekomendacja dotycząca studiów podyplomowych MBA z zakresu zarządzania w handlu krajowym i zagranicznym i związana z nią tematyka, zdominowały treść wywiadu. Jego uczestnicy ostatecznie wskazali tą rekomendację jako drugą co do ważności: 1/ Prowadzenie sprzedaży i obsługiwanie klienta w e-commerce (2000 zapotrzebowanie) 2/ Studia podyplomowe MBA w zakresie zarządzania w handlu krajowym i międzynarodowym / Master of Business Administration in Domestic and International Trade (1000 zapotrzebowanie) 3/ Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym – sprzedawca (6000 zapotrzebowanie) 4/ Generowanie leadów sprzedażowych (1500 zapotrzebowanie) 5/ Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży, w tym zdalnej, skierowanej do klientów biznesowych i zarządzanie ryzykiem – handlowiec (2000 zapotrzebowanie) 6/ Aktywne prowadzenie sprzedaży zdalnej skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy (2000 zapotrzebowanie).

Uczestnicy FGI, jako eksperci, byli również proszeni o wypowiedzi na temat planowanych w rekomendacjach liczby godzin szkoleniowych. W tym zakresie respondenci potwierdzili większość danych wskazywanych w rekomendacji, jednak zdecydowanie sugerowali obniżenie liczby godzin szkoleniowych przewidzianych w rekomendacji Generowanie leadów sprzedażowych.

Na podstawie uzyskanych wyników konsultacji do dalszych prac uwzględniono następujące rekomendacje: 1/ Prowadzenie sprzedaży i obsługiwanie klienta w e-commerce (2000 zapotrzebowanie) 2/ Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym – sprzedawca (6000 zapotrzebowanie) 3/ Generowanie leadów sprzedażowych (1500 zapotrzebowanie) 4/ Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży, w tym zdalnej, skierowanej do klientów biznesowych i zarządzanie ryzykiem – handlowiec (2000 zapotrzebowanie) 5/ Aktywne prowadzenie sprzedaży zdalnej skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy (2000 zapotrzebowanie) 6/ Studia podyplomowe MBA w zakresie zarządzania w handlu krajowym i międzynarodowym / Master of Business Administration in Domestic and International Trade (500 zapotrzebowanie).

Mając na uwadze powyższą analizę, Komitet Sterujący Sektorowej Rady ds. Kompetencji w Handlu, jako potrzeby kompetencyjne wskazuje następujące:

1/ Prowadzenie sprzedaży i obsługiwanie klienta w e-commerce (szacowane zapotrzebowanie 3000 osób), w tym: a/ wiedza i umiejętności w posługiwaniu się narzędziami e-commerce oraz ICT - dostosowanymi do specyfiki sektora handlu, b/ wiedza i umiejętności w zakresie zarządzania kryzysowego i zarządzania zmianą.

2/ Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym – sprzedawca (szacowane zapotrzebowanie 6000 osób), w tym: a/ kompetencje społeczne w zakresie budowania relacji i radzenia sobie ze stresem, b/ wiedza i umiejętności związana z bezpieczeństwem produktów i ludzi.

3/ Generowanie leadów sprzedażowych (szacowane zapotrzebowanie 1500 osób), w tym: a/ wiedza i umiejętności w posługiwaniu się narzędziami e-commerce oraz ICT - dostosowanymi do specyfiki sektora handlu, b/ umiejętność generowania leadów w e-commerce, c/ wiedza i umiejętności z zakresu reklamy w Internecie.

4/ Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży, w tym zdalnej, skierowanej do klientów biznesowych i zarządzanie ryzykiem - handlowiec (szacowane zapotrzebowanie 2000 osób). w tym: a/ wiedza i umiejętności w posługiwaniu się narzędziami e-commerce oraz ICT - dostosowanymi do specyfiki sektora handlu, b/ wiedza i umiejętności w prowadzeniu sprzedaży zdalnej, w tym tworzenia i prezentacji ofert.

5/ Aktywne prowadzenie sprzedaży zdalnej skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy (szacowane zapotrzebowanie 2000 osób). w tym: a/ wiedza i umiejętności w posługiwaniu się narzędziami e-commerce oraz ICT - dostosowanymi do specyfiki sektora handlu, b/ wiedza i umiejętności w prowadzeniu sprzedaży zdalnej.

6/ Studia podyplomowe MBA w zakresie zarządzania w handlu krajowym i międzynarodowym / Master of Business Administration in Domestic and International Trade, w tym: a/ wiedza i umiejętności potrzebne w kierowaniu organizacją handlu działającą w trybie zdalnym, b/ wiedza i umiejętności konieczne w prowadzeniu cyfrowej transformacji sprzedaży, c/ wiedza i umiejętności związane z zarządzaniem zwinnym (agile) w handlu i transformacją w kierunku organizacji turkusowej.

Zaleca się, aby program szkoleniowy był realizowany w formie zdalnej, jednak w perspektywie długoterminowej powinien być on dostosowany również do rzeczywistości postpandemicznej.

Aby zastosować powyższe wskazania muszą zostać spełnione trzy warunki: 1/ Należy mieć opracowaną metodologię przekazywania wiedzy. 2/ Należy posiadać dostępne zasoby kadrowe do przeprowadzenia szkoleń. 3/ Rada musi opracować program szkolenia uszyty na miarę i dostosowany do specyfiki sektora handlu w różnych jego gałęziach. Aby działać globalnie program taki powinien zostać skonsultowany poprzez Regionalne Izby gospodarcze.

Proces szkoleniowy należy skonstruować w taki sposób, aby pracownik nauczył się jak korzystać m.in. z narzędzia e-learning w różnych formach tzn. by mógł nauczyć się jak skutecznie pozyskać wiedzę

Sektorowa Rada ds. Kompetencji w Handlu jest gotowa do przygotowania programu i wdrożenia różnych form e-learningowych we wskazanych kompetencjach, na które zapotrzebowanie wynika z tysięcy głosów polskich przedsiębiorstw które zgłosiły do Rady swoje zapotrzebowania w

procesie gromadzenia informacji o kondycji sektora. To będzie program skonstruowany na miarę, uwzględniający tylko i wyłącznie potrzeby sektora handlu.

LITERATURA I ŹRÓDŁA DANYCH:

1/ GUS, 2020, Polska w liczbach 2020, Warszawa. 2/ Pracuj.pl, 2020, Rynek pracy specjalistów 2020, Warszawa. 3/ Monitor Rynku Pracy - 39 edycja. - trendy na rynku pracy 2020, <http://info.randstad.pl/monitor-ryнку-pracy-39> (22.04.2020). 4/ Ograniczenia w handlu największym ciosem dla gospodarki, <https://wgospodarce.pl/informacje/78268-ograniczenia-w-handlu-najwiekszym-ciosem-dla-gospodarki> (29.04.2020). 5/ Zmiany w e-biznesie. Co łączy budowlankę z branżą fashion, <https://businessinsider.com.pl/technologie/zmiany-w-e-biznesie-co-laczy-budowlanke-z-branza-fashion/mq6hwdy> (24.02. 2021). 6/ Rynek pracy w czasie COVID-19: Czas pracowników fizycznych, <https://wgospodarce.pl/informacje/77768-rynek-pracy-w-czasie-covid-19-czas-pracownikow-fizycznych> (28.04.2020). 7/ Handlowy chat: Pracownicy otwarci na zmiany, nadszedł czas wyjścia ze strefy komfortu, <https://www.dlahandlu.pl/detal-hurt/wiadomosci/handlowy-chat-pracownicy-otwarci-na-zmiany-nadszedl-czas-wyjscia-ze-strefy-komfortu,87479.html> (29.04.2020). 8/ Silne zespoły pracowników: czego Twoi pracownicy potrzebują w czasach epidemii COVID-19, <https://www.accenture.com/pl-pl/about/company/leadership-during-coronavirus> (04.03.2021). 9/ Izba Gospodarki Elektronicznej, E-commerce w czasie kryzysu 2020, <https://eizba.pl/wp-content/uploads/2020/03/E-commerce-w-czasie-kryzysu-2020.pdf> (28.04.2020). 10/ K. Kaszuba, Benedikt Berlemann: Amazon będzie game-changerem w polskim e-commerce transgranicznym, wywiad, https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artukul/benedikt-berlemann-amazon-bedzie-w-polsce-game-changerem-w-polskim-e-commerce-transgranicznym-wywiad/2?fbclid=IwAR3LyaaVps2FhUcVnDcdjOrBdbN-BnerKqAAVDxo-eCpyZIQfCLFO6B_bkY (01.03.2021).

3. ZAPOTRZEBOWANIE NA KOMPETENCJE/KWALIFIKACJE W SEKTORZE³.

TABELA: Usługa rozwojowa nr 1/

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA ⁴

³ W zależności od potrzeb tabela może być wielokrotnie powielana. Prosimy prezentować poszczególne kompetencje/kwalifikacje w kolejności ich ważności dla sektora. W rekomendacji prosimy ująć wszystkie kompetencje/kwalifikacje, których niedobór rada identyfikuje niezależnie od tego, czy środki konkursu na szkolenia lub doradztwo wynikające z rekomendacji Sektorowych Rad ds. Kompetencji są wystarczające na sfinansowanie usług prowadzących do ich zdobycia. Rekomendacja będzie publicznie dostępna dla innych instytucji wspierających edukację, a więc wskazanie wszystkich zidentyfikowanych luk w sektorze będzie z korzyścią dla przedsiębiorców sektora

⁴ Przez **kwalifikację** należy rozumieć opis efektów uczenia się, dla których można zidentyfikować proces potwierdzania, że osoba posiada opisane efekty uczenia się. Proces powinien być niezależny od procesu edukacji i obejmować identyfikację, weryfikację i dokumentację posiadanych efektów uczenia się – jest to tzw. **walidacja**.

Nazwa kompetencji/kwalifikacji: Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym – sprzedawca - szkolenie online lub stacjonarne w ramach przyjętego budżetu.

Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się⁵: Osoba posiadająca kwalifikację rynkową jest gotowa do wykonywania zadań związanych ze sprzedażą towarów i usług w kontakcie z klientem w punkcie handlowym. Wykorzystując techniki komunikacji, identyfikuje potrzeby klienta; prezentuje ofertę zgodną z oczekiwaniami klienta i finalizuje transakcję sprzedażową. Podtrzymuje relacje z klientami w ramach prowadzenia obsługi posprzedażowej. Monitoruje ilość i jakość oferowanych towarów i usług w punkcie handlowym. Ekspozuje towary i materiały promocyjne. Rozwiązuje typowe problemy w relacji z klientem w częściowo zmiennych warunkach. Raportuje sprzedaż oraz samodzielnie prowadzi dokumentację sprzedażową według wytycznych, wykorzystując odpowiednie urządzenia techniczne. Powierzone jej zadania wykonuje zgodnie z przepisami prawa oraz wewnętrznymi uregulowaniami przedsiębiorstwa w zakresie gospodarowania towarami i finansami. Jest przygotowana do pracy wymagającej bezpośredniego kontaktu z ludźmi, w sytuacjach wymagających szybkiego podejmowania decyzji zgodnych z obowiązującymi procedurami i instrukcjami. A/ Nawiązuje kontakt z klientem - wyjaśnia pojęcie orientacji na klienta; - wymienia zasady nawiązywania kontaktu z klientem i ilustruje je przykładami; - omawia wpływ wizerunku sprzedawcy na budowanie relacji z klientem; - przytacza przykłady iedopuszczalnych oraz właściwych zachowań sprzedawcy podczas rozmowy handlowej; - tworzy komunikaty skierowane do klienta dostosowane do sytuacji. B/ Identyfikuje potrzeby klienta - wyjaśnia znaczenie stosowania techniki aktywnego słuchania; - formułuje przykładowe pytania otwarte służące rozpoznaniu potrzeb klienta; - formułuje przykładowe pytania pogłębiające dotyczące

Walidacja powinna być trafna (weryfikowane są te efekty uczenia się, które dotyczą kwalifikacji) oraz rzetelna (wynik walidacji jest niezależny od miejsca, czasu, metod oraz osób przeprowadzających walidację). Walidacja kończy się wydaniem decyzji, które efekty uczenia się zostały osiągnięte, a które nie. Jest podstawą wydania dokumentu stwierdzającego, że osoba posiada kwalifikację – czyli wydania certyfikatu w procesie **certyfikacji**. Kwalifikacją będą m. in. opisy efektów uczenia się, zawarte w kwalifikacjach włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK), a także zestawy efektów uczenia się wyodrębnione w kwalifikacjach włączonych do ZSK. **Kompetencją** będą takie opisy efektów uczenia się, dla których procesów walidacji i certyfikacji nie można zidentyfikować.

⁵ Kompetencje i kwalifikacje należy opisać **efektami uczenia się**. W przypadku kwalifikacji włączonej do ZSK lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link). **Opis efektów uczenia się** powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być: jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji, realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana, możliwe do zweryfikowania, zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą. Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdziela”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”. Rekomendujemy wskazanie poziomu kwalifikacji/kompetencji poprzez odniesienie się do sektorowej ramy kwalifikacji (jeśli istnieje) albo do Polskiej Ramy Kwalifikacji.

potrzeb klienta; – weryfikuje stopień zrozumienia potrzeb klienta, wykorzystując parafrazę.

C/ Prezentuje ofertę zgodną z oczekiwaniami klienta -dobiera towar lub usługę i sposób ich prezentacji do zidentyfikowanych oczekiwań klienta; – wyjaśnia znaczenie komunikowania korzyści płynących z poszczególnych cech oferty; – uzasadnia cenę towaru lub usługi, odwołując się do właściwości towaru lub usługi oraz realiów rynku; – formułuje przykładowe pytania służące poznaniu opinii klienta na temat oferty; – omawia sposoby reakcji na potencjalne wątpliwości klienta; – wymienia powody poszerzenia sprzedaży; – formułuje propozycję poszerzenia zakupu, posługując się językiem korzyści i uwzględniając potrzeby klienta.

D/ Finalizuje transakcję sprzedażową - omawia scenariusze zamknięcia sprzedaży; – informuje klienta o możliwości dalszych kontaktów związanych z nabywanym towarem lub zrealizowaną usługą.

E/ Przytacza i objaśnia zalecenia WHO dotyczące standardowych praktyk w celu zredukowania ekspozycji i transmisji chorób. Stosuje zalecenia WHO dotyczące standardowych praktyk w celu zredukowania ekspozycji i transmisji chorób w zakresie: mycia rąk, higieny kasłania/kichania, higieny żywności, zasad dystansu społecznego w okresie pandemii. Rozpoznaje u innych podstawowe symptomy układu oddechowego, jak kichanie i kasłanie, mogące świadczyć o chorobie danej osoby. Monitoruje stan własnego organizmu, pod kątem wystąpienia symptomów chorobowych. Omawia procedury informowania właściwych inspekcji, służb i straży w razie podejrzeń o zagrożeniu wirusologicznym (u siebie lub innych) lub o działaniach łamiących aktualne przepisy prawa i zalecenia dotyczące profilaktyki zdrowotnej oraz redukcji ekspozycji i transmisji chorób.

F/ Identyfikuje i przeciwdziała sytuacji stresogennym w kontaktach z klientami

G/ Prowadzi obsługę posprzedażową - omawia sposoby podtrzymywania relacji z klientem po sfinalizowaniu transakcji; –wymienia regulacje prawne dotyczące reklamacji, zwrotów i wymiany towarów (forma, terminy, konsekwencje niedotrzymania terminu); – realizuje procedury reklamacyjne zgodnie z prawem oraz standardem postępowania w danej organizacji.

Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji?

Tak

Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?: Tak, można zidentyfikować - opis jest kwalifikacją.

Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji: Szacowana skala niedoboru kwalifikacji wynosi 6000 osób

USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI,
KWALIFIKACJI

Minimalne wymagania dotyczące usługi: Czas trwania usługi szkoleniowej powinien być dostosowany do grupy uczestników, przy czym minimalna liczba godzin wynosi 31 godzin lekcyjnych dla każdego uczestnika, w tym maksymalnie 24 godzin teoretycznych.

Grupa webinaryjna/szkoleniowa powinna liczyć minimalnie 2 i maksymalnie do 24 osób, dla szkoleń online i maksymalnie 12 osób dla szkoleń stacjonarnych prowadzonych w rygorze sanitarnym i zgodnie z aktualnymi przepisami profilaktyki COVID-19. Po ustaniu pandemii Covid-19 sugeruje się zwiększyć maksymalną liczbę uczestników szkolenia stacjonarnego do 24 osób.

Uczestnik musi dysponować (szkolenie online): 1/ Dostęp do internetu minimalne wymagania

(wyrażone w prędkości łącza internetowego): Dźwięk - 512 kbps, Dźwięk + obraz SD - 512 kbps + 1 Mbps, Dźwięk + obraz HD - 512 kbps + 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb LiteQ) - 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb HighQ) - 2-5 Mbps, Współdzielenie ekranu (oparte na przeglądarce) - 1-4 Mbps; 2/ Uaktualniona wersja przeglądarki internetowej: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera; 3/ Minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny lub laptop z procesorem dwurdzeniowy 2GHz lub lepszym, Pamięć RAM 4GB lub więcej, System operacyjny Windows 10, Mac OS najnowsza wersja, Linux, Chrome OS; 4/ Wbudowana lub zewnętrzna kamera internetowa (obowiązkowe); 5/ Wbudowane lub zewnętrzne głośniki lub słuchawki (obowiązkowe); 6/ Wbudowany lub zewnętrzny mikrofon (obowiązkowe); 7/ Wbudowana lub zewnętrzna klawiatura (obowiązkowe); 8/ Mysz lub wbudowany touchpad (obowiązkowe).
Dopuszcza się stosowanie innych narzędzi software i hardware wymienionych w rubryce, jeżeli zaproponowane rozwiązania są tej samej jakości lub lepsze od wymienionych powyżej.
Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ dostęp do webinarium szkoleniowego prowadzonego na specjalistycznej platformie, 2/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat obsługi klienta w punkcie handlowym, udostępnianych w formie elektronicznej, 3/ dostęp do wersji testowych oprogramowania wspierającego proces sprzedaży, zapewniającego możliwość fakturowania, kontaktu z magazynem itp., 4/ możliwość co najmniej 1 godziny konsultacji dla każdego z uczestników.

W przypadku realizacji usługi w formie stacjonarnej Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ umożliwiające swobodną aranżację przestrzeni pomieszczenie do realizacji usługi szkoleniowej, 2/ komputery z dostępem do Internetu, co najmniej 1 komputer na 2 uczestników, 3/ rzutnik multimedialny lub telewizor o przekątnej co najmniej 50 cali, kamerę lub inne urządzenie do digitalizacji, 4/ tablicę szkolną wraz z wyposażeniem lub tablicę ścieralną lub flipchart z wyposażeniem 5/ taśmę malarską szeroką, do tworzenia tymczasowych przyklepek z imionami uczestników, 6/ materiały biurowe do notowania, 7/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat obsługi klienta w punkcie handlowym, 8/ dostęp do oprogramowania. Zajęcia powinny być prowadzone przez 2 lub 3 osoby, łącznie spełniające następujące kryteria: praktyka, znajomość problemów sektora handlu, w tym obsługi klienta i sprzedaży w punkcie handlowym (doświadczenie na podobnym stanowisku pracy minimum 5 lat), doświadczenie w edukacji formalnej lub rynkowej; szkoleniowiec w zakresie komunikacji społecznej dla biznesu (co najmniej 3-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń rynkowych lub 5-letnie doświadczenie w edukacji formalnej w podobnym zakresie).

Optymalne cechy dobrej usługi: Przedstawione wymagania minimalne stanowią pełne spektrum cech dobrej usługi. Rekomendowana kwalifikacja rynkowa posiada określone wymagania, do których spełnienia koniecznym jest, aby usługa szkoleniowa nie odbiegała cechami jakościowymi od wskazanych powyżej.

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?: Nie

Jeśli powyżej zaznaczono „Tak” opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych:

Warunkiem uczestnictwa w usłudze rozwojowej jest ukończenie ośmioletniej szkoły podstawowej lub gimnazjum (uzyskanie kwalifikacji pełnej z 2 poziomem Polskiej Ramy Kwalifikacji). Uzyskaniem kwalifikacji "Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym - sprzedawca" w szczególności mogą być zainteresowane osoby, które: - swoją karierę zawodową chciałyby związać ze sprzedażą i obsługą klienta; studiują i zamierzają zdobyć kwalifikacje handlowe, - samodzielnie uczyły się obsługi klienta i chciałyby formalnie potwierdzić swoje kompetencje; - ukończyły kursy lub szkolenia z zakresu sprzedaży i zależy im na potwierdzeniu kwalifikacji; - zawodowo są związane z prowadzeniem sprzedaży i/lub obsługi klienta, ale nie mają potwierdzonych kwalifikacji w tym zakresie; - chciałyby się przekwalifikować. Osoba posiadająca kwalifikację "Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym - sprzedawca" może znaleźć zatrudnienie w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż towarów, takich jak sklepy, punkty handlowe zakładów produkcyjnych i usługowych, punkty obsługi klienta. Może również pracować w organizacjach i stowarzyszeniach wspierających działania sprzedażowe, a także innych podmiotach, które prowadzą działalność związaną ze sprzedażą i obsługą klienta, takich jak fundacje i stowarzyszenia. Posiadanie kwalifikacji wiąże się także z możliwością prowadzenia procesu sprzedaży w ramach własnej działalności gospodarczej.

Walidacja i certyfikacja - jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo czy Rada dopuszcza finansowanie usługi rozwojowej pod warunkiem, że podmiot ją świadczący zaplanował proces walidacji/certyfikacji efektów uczenia się?

Rada dopuszcza finansowanie usługi rozwojowej pod warunkiem, że podmiot ją świadczący zaplanował proces walidacji/certyfikacji efektów uczenia się.

Dodatkowe uwagi⁶: Szkolenie w formie on-line oraz certyfikacja kwalifikacji.

TABELA: Usługa rozwojowa nr 2/

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA⁷

⁶ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

⁷ Przez **kwalifikację** należy rozumieć opis efektów uczenia się, dla których można zidentyfikować proces potwierdzania, że osoba posiada opisane efekty uczenia się. Proces powinien być niezależny od procesu edukacji i obejmować identyfikację, weryfikację i dokumentację posiadanych efektów uczenia się – jest to tzw. **walidacja**. Walidacja powinna być trafna (weryfikowane są te efekty uczenia się, które dotyczą kwalifikacji) oraz rzetelna (wynik walidacji jest niezależny od miejsca, czasu, metod oraz osób przeprowadzających walidację). Walidacja kończy się wydaniem decyzji, które efekty uczenia się zostały osiągnięte, a które nie. Jest podstawą wydania dokumentu stwierdzającego, że osoba posiada kwalifikację – czyli wydania certyfikatu w procesie **certyfikacji**. Kwalifikacją będą m. in. opisy efektów uczenia się, zawarte w kwalifikacjach włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK),

Nazwa kompetencji/kwalifikacji: Prowadzenie sprzedaży i obsługiwanie klienta w e-commerce - szkolenie online lub stacjonarne w ramach przyjętego budżetu.

Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się⁸:

A/ Zgodnie z wiedzą teoretyczną i własnym stanem wiedzy na temat produktu i charakterystyki e-klientów, dobiera i wdraża optymalny system e-commerce; B/ Formułuje cele dla danego segmentu rynku i rodzaju towaru lub usługi oraz dobiera do nich strategię e-commerce; C/ Planuje kampanie reklamowe z wykorzystaniem technik marketingowych swoistych dla e-commerce, wśród nich: kampanie na portalach społecznościowych, blogach, vlogach, wyszukiwarkach, witrynach własnych i partnerskich. W celu dotarcia do klienta online dokonuje doboru odpowiedniego kanału komunikacji marketingowej, D/ Stosuje zasady cyberbezpieczeństwa przy planowaniu i realizowaniu zadań e-commerce, w tym tworzy odpowiednie regulaminy oraz informacje dla klientów, z należytą starannością i zgodnie z prawem wykorzystuje pozyskiwane dane i współpracuje z odpowiednimi instytucjami regulującymi i nadzorującymi cyberbezpieczeństwo. E/ Uczestniczy w projektowaniu architektury sprzedaży e-commerce i przygotowuje szablony e-commerce oraz potrafi współpracować w tym zakresie ze specjalistami UX/UI. F/ Przygotowuje schematy rozmów z klientami online. G/ Prowadzi obsługę klientów online – prezentuje towar, oferuje go i sprzedaje oraz prowadzi obsługę posprzedażową. H/ Opracowuje plan sprzedaży z życiem różnych form komunikacji z klientem online, I/ Generuje, za pomocą dobranych narzędzi i technik oraz zgodnie z zaprojektowaną strategią, jakościowy ruch w serwisie sprzedażowym e-commerce, J/ Mierzy efektywność i reagując na zmiany optymalizuje sprzedaż za pomocą narzędzi analitycznych e-commerce, K/ Stosuje content marketing w e-commerce L/ Identyfikuje i monitoruje zagrożenia i sytuacje kryzysowe, M/ Tworzy i realizuje plany zapobiegające i przeciwdziałające sytuacjom kryzysowym, N/ Udziela na bieżąco odpowiedzi online na temat oferowanych produktów i usług. O/ Elastycznie i kreatywnie reaguje na zmiany w organizacji, trendach rynkowych oraz w technologii. P/ Utrzymuje i rozwija dobre relacje z klientami oraz

a także zestawy efektów uczenia się wyodrębnione w kwalifikacjach włączonych do ZSK. **Kompetencją** będą takie opisy efektów uczenia się, dla których procesów walidacji i certyfikacji nie można zidentyfikować.

⁸ Kompetencje i kwalifikacje należy opisać **efektami uczenia się**. W przypadku kwalifikacji włączonej do ZSK lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link). **Opis efektów uczenia się** powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej** oraz **stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być: jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji, realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana, możliwe do zweryfikowania, zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą. Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdziela”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”. Rekomendujemy wskazanie poziomu kwalifikacji/kompetencji poprzez odniesienie się do sektorowej ramy kwalifikacji (jeśli istnieje) albo do Polskiej Ramy Kwalifikacji.

z zespołem sprzedażowym . Q/ Poszukuje możliwości podnoszenia własnych kwalifikacji i kompetencji w e-commerce i dobiera dostosowane do siebie formy szkoleniowe z tego zakresu. R/ Kieruje małym zespołem e-commerce i dzieli się z nim wiedzą oraz podejmuje decyzje w sytuacjach kryzysowych. S/ Db o pozytywny wizerunek firmy w kontaktach e-commerce z dostawcami i klientami
Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji? Nie
Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?: Nie można zidentyfikować - opis jest kompetencją.
Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji: Szacowana skala niedoboru kwalifikacji wynosi 2000 osób
USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI
<p>Minimalne wymagania dotyczące usługi: Czas trwania usługi szkoleniowej powinien być dostosowany do grupy uczestników, przy czym minimalna liczba godzin wynosi 44 godziny lekcyjnych dla każdego uczestnika, w tym maksymalnie 30 teoretyczne. Grupa webinaryjna powinna liczyć minimalnie 2 a maksymalnie 24 osoby dla szkoleń online i maksymalnie 8 osób dla szkoleń stacjonarnych prowadzonych w rygorze sanitarnym i zgodnie z aktualnymi przepisami profilaktyki COVID-19. Po ustaniu pandemii COVID-19 dopuszcza się możliwość zwiększenia maksymalnej liczbę uczestników szkolenia stacjonarnego do 12 osób.</p> <p>Uczestnik musi dysponować: 1/ Dostęp do internetu minimalne wymagania (wyrażone w prędkości łącza internetowego): Dźwięk - 512 kbps, Dźwięk + obraz SD - 512 kbps + 1 Mbps, Dźwięk + obraz HD - 512 kbps + 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb LiteQ) - 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb HighQ) - 2-5 Mbps, Współdzielenie ekranu (oparte na przeglądarce) - 1-4 Mbps; 2/ Uaktualniona wersja przeglądarki internetowej: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera; 3/ Minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny lub laptop z procesorem dwurdzeniowy 2GHz lub lepszym, Pamięć RAM 4GB lub więcej, System operacyjny Windows 10, Mac OS najnowsza wersja, Linux, Chrome OS; 4/ Wbudowana lub zewnętrzna kamera internetowa (obowiązkowe); 5/ Wbudowane lub zewnętrzne głośniki lub słuchawki (obowiązkowe); 6/ Wbudowany lub zewnętrzny mikrofon (obowiązkowe); 7/ Wbudowana lub zewnętrzna klawiatura (obowiązkowe); 8/ Mysz lub wbudowany touchpad (obowiązkowe).</p> <p>Dopuszcza się stosowanie innych narzędzi software i hardware wymienionych w rubryce, jeżeli zaproponowane rozwiązania są tej samej jakości lub lepsze od wymienionych powyżej.</p> <p>Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ dostęp do webinarium szkoleniowego prowadzonego na specjalistycznej platformie, 2/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat obsługi klienta w punkcie handlowym, udostępnianych w formie elektronicznej, 3/ dostęp do wersji testowych oprogramowania wspierającego proces sprzedaży, zapewniającego możliwość fakturowania, kontaktu z magazynem itp., 4/ możliwość co najmniej 1 godziny konsultacji dla każdego z uczestników.</p> <p>W przypadku realizacji usługi w formie stacjonarnej Instytucja rozwojowa musi zapewnić</p>

<p>uczestnikom: 1/ komputery z dostępem do Internetu, 1 komputer dla każdego uczestnika, 2/ rzutnik multimedialny lub telewizor o przekątnej co najmniej 50 cali, 3/ dostęp do oprogramowania wspierającego e-handel w zakresie: pozyskiwania danych i prowadzenia analiz rynku i analiz klientów, ekspozycji produktów i prowadzenia operacji finansowych (sklep internetowy), przyjmowania i wysyłania towaru, 4/ tablicę szkolną wraz z wyposażeniem lub tablicę ścieralną lub flipchart z wyposażeniem, 5/ taśmę malarską szeroką, do tworzenia tymczasowych przyklepek z imionami uczestników, 6/ materiały biurowe do notowania, 7/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat e-handlu i zagadnień z nim związanych.</p> <p>Zajęcia powinny być prowadzone przez 2 lub 3 osoby, łącznie spełniające następujące kryteria: praktyka, znajomość problemów sektora handlu, w tym w sprzedaży i obsłudze klienta e-commerce (doświadczenie na podobnym stanowisku pracy minimum 5 letnie), doświadczenie w edukacji formalnej lub rynkowej; szkoleniowiec w zakresie komunikacji społecznej dla biznesu (co najmniej 3-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń rynkowych lub 5-letnie doświadczenie w edukacji formalnej w podobnym zakresie</p>
<p>Optymalne cechy dobrej usługi: Przedstawione wymagania minimalne stanowią pełne spektrum cech dobrej usługi szkolenia online</p>
<p>Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?: Nie</p>
<p>Jeśli powyżej zaznaczono „Tak” opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać: Nie dotyczy</p>
<p>Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych: 1/ wszystkie osoby zainteresowane rozwojem umiejętności w zakresie sprzedaży produktów i usług za pomocą urządzeń mobilnych mobilny, 2/ wszystkie osoby zainteresowane rozwojem umiejętności w zakresie tworzenia kampanii marketingowych w marketingu mobilnym, 3/ specjaliści ds. marketingu internetowego, 4/ specjaliści ds. marketingu, 5/ niezależni konsultanci handlowi, 6/ studenci zamierzający zdobyć kwalifikacje handlowe, 7/ właściciele i operatorów sklepów internetowych, przedstawiciele innych sektorów pracujący w działach handlowych.</p>
<p>Walidacja i certyfikacja - jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo czy Rada dopuszcza finansowanie usługi rozwojowej pod warunkiem, że podmiot ją świadczący zaplanował proces walidacji/certyfikacji efektów uczenia się?</p> <p>Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych.</p>
<p>Dodatkowe uwagi⁹: Szkolenie online.</p>

⁹ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

TABELA: Usługa rozwojowa nr 3/

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA ¹⁰
<p>Nazwa kompetencji/kwalifikacji: Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych i zarządzanie ryzykiem – handlowiec - online lub stacjonarne w ramach przyjętego budżetu.</p>
<p>Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się¹¹: Osoba posiadająca kwalifikację „Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych i zarządzanie ryzykiem - handlowiec” jest przygotowana do samodzielnej realizacji iel etapowych procesów sprzedażowych w relacji z klientami biznesowymi. Samodzielnie sporządza analizę wybranego segmentu rynku, przygotowuje plan sprzedaży, redaguje ofertę i określa sposób jej prezentacji. Nawiązuje kontakt z klientem, negocjuje warunki współpracy, zawiera umowę i prowadzi obsługę posprzedażową. Jest przygotowana do wdrażania działań prowadzących do realizacji celu sprzedażowego w sytuacjach trudnych. Organizuje zespół projektowy i zarządza jego pracą. Pozyskuje nowych kontrahentów, tworząc sieć kontaktów handlowych. Jest odpowiedzialna za monitorowanie realizacji kontraktu oraz swoich wyników. Zarządza pracą zespołu projektowego, dba o skuteczną komunikację w zespole oraz efektywność i odpowiedzialność wykonywania działań zawodowych. Identyfikuje typ klienta i dostosowuje do niego sposób komunikacji. Dobiera metodę komunikacji zdalnej. Inicjuje komunikację z klientem biznesowym. Omawia zasady radzenia sobie z trudnym klientem w komunikacji</p>

¹⁰ Przez **kwalifikację** należy rozumieć opis efektów uczenia się, dla których można zidentyfikować proces potwierdzania, że osoba posiada opisane efekty uczenia się. Proces powinien być niezależny od procesu edukacji i obejmować identyfikację, weryfikację i dokumentację posiadanych efektów uczenia się – jest to tzw. **walidacja**. Walidacja powinna być trafną (weryfikowane są te efekty uczenia się, które dotyczą kwalifikacji) oraz rzetelną (wynik walidacji jest niezależny od miejsca, czasu, metod oraz osób przeprowadzających walidację). Walidacja kończy się wydaniem decyzji, które efekty uczenia się zostały osiągnięte, a które nie. Jest podstawą wydania dokumentu stwierdzającego, że osoba posiada kwalifikację – czyli wydania certyfikatu w procesie **certyfikacji**. Kwalifikacją będą m. in. opisy efektów uczenia się, zawarte w kwalifikacjach włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK), a także zestawy efektów uczenia się wyodrębnione w kwalifikacjach włączonych do ZSK. **Kompetencją** będą takie opisy efektów uczenia się, dla których procesów walidacji i certyfikacji nie można zidentyfikować.

¹¹ Kompetencje i kwalifikacje należy opisać **efektami uczenia się**. W przypadku kwalifikacji włączonej do ZSK lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link). **Opis efektów uczenia się** powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być: jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji, realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana, możliwe do zweryfikowania, zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą. Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdziela”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”. Rekomendujemy wskazanie poziomu kwalifikacji/kompetencji poprzez odniesienie się do sektorowej ramy kwalifikacji (jeśli istnieje) albo do Polskiej Ramy Kwalifikacji.

zdalnej. Prezentuje ofertę klientowi biznesowemu za pomocą komunikacji zdalnej. Stosuje odpowiednie formuły RODO w komunikacji zdalnej. Finalizuje transakcję za pomocą komunikacji zdalnej
Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji? Tak
Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?: Tak, można zidentyfikować - opis jest kwalifikacją.
Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji: 2000 osób
USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI
<p>Minimalne wymagania dotyczące usługi: Czas trwania usługi szkoleniowej powinien być dostosowany do grupy uczestników, przy czym minimalna liczba godzin wynosi 64 godziny lekcyjne, w tym maksymalnie 36 teoretycznych.</p> <p>Grupa webinarjna nie powinna liczyć więcej niż 24 osoby dla szkoleń online i maksymalnie 12 osób dla szkoleń stacjonarnych, prowadzonych w rygorze sanitarnym i zgodnie z aktualnymi przepisami profilaktyki COVID-19. Po ustaniu pandemii Covid-19 sugeruje się zwiększyć maksymalną liczbę uczestników szkolenia stacjonarnego do 24 osób.</p> <p>Uczestnik musi dysponować: 1/ Dostęp do internetu minimalne wymagania (wyrażone w prędkości łącza internetowego): Dźwięk - 512 kbps, Dźwięk + obraz SD - 512 kbps + 1 Mbps, Dźwięk + obraz HD - 512 kbps + 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb LiteQ) - 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb HighQ) - 2-5 Mbps, Współdzielenie ekranu (oparte na przeglądarce) - 1-4 Mbps; 2/ Uaktualniona wersja przeglądarki internetowej: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera; 3/ Minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny lub laptop z procesorem dwurdzeniowy 2GHz lub lepszym, Pamięć RAM 4GB lub więcej, System operacyjny Windows 10, Mac OS najnowsza wersja, Linux, Chrome OS; 4/ Wbudowana lub zewnętrzna kamera internetowa (obowiązkowe); 5/ Wbudowane lub zewnętrzne głośniki lub słuchawki (obowiązkowe); 6/ Wbudowany lub zewnętrzny mikrofon (obowiązkowe); 7/ Wbudowana lub zewnętrzna klawiatura (obowiązkowe); 8/ Mysz lub wbudowany touchpad (obowiązkowe).</p> <p>Dopuszcza się stosowanie innych narzędzi software i hardware wymienionych w rubryce, jeżeli zaproponowane rozwiązania są tej samej jakości lub lepsze od wymienionych powyżej.</p> <p>Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ dostęp do webinarium szkoleniowego prowadzonego na specjalistycznej platformie, 2/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat obsługi klienta w punkcie handlowym, udostępnianych w formie elektronicznej, 3/ dostęp do wersji testowych oprogramowania wspierającego proces sprzedaży, zapewniającego możliwość fakturowania, kontaktu z magazynem itp. , 4/ możliwość co najmniej 1 godziny konsultacji dla każdego z uczestników.</p> <p>W przypadku realizacji usługi stacjonarnej Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ sala szkoleniowa pozwalająca na swobodną aranżację przestrzeni, 2/ komputery z dostępem do Internetu, 1 komputer dla 2 uczestników, 3/ kamerę lub inne urządzenie do digitalizacji</p>

4/ rzutnik multimedialny lub telewizor o przekątnej co najmniej 50 cali, 5/ dostęp do oprogramowania wspierającego handel w zakresie: analiz rynku, analiz klientów, tworzenia oferty produktów, monitorowania kontraktów, zarządzania zespołem, 6/ tablicę szkolną wraz z wyposażeniem lub tablicę ścierną lub flipchart z wyposażeniem 7/ taśmę malarską szeroką, do tworzenia tymczasowych przylepek z imionami uczestników, 8/ materiały biurowe do notowania, 9/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat tworzenia oferty i prowadzenia sprzedaży w handlu B2B i zagadnień z nim związanych. Zajęcia powinny być prowadzone przez 2 lub 3 osoby, łącznie spełniające następujące kryteria: praktyka, znajomość problemów sektora handlu, w tym w tworzeniu oferty, planowaniu i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych (doświadczenie na podobnym stanowisku pracy minimum 5 letnie), doświadczenie w edukacji formalnej lub rynkowej; szkoleniowiec w zakresie komunikacji społecznej dla biznesu (co najmniej 3-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń rynkowych lub 5-letnie doświadczenie w edukacji formalnej w podobnym zakresie

Optymalne cechy dobrej usługi: Przedstawione wymagania minimalne stanowią pełne spektrum cech dobrej usługi. Rekomendowana kwalifikacja rynkowa posiada określone wymagania, do których spełnienia koniecznym jest, aby usługa szkoleniowa nie odbiegała cechami jakościowymi od wskazanych powyżej.

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?: Nie

Jeśli powyżej zaznaczono „Tak” opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych: Uzyskaniem kwalifikacji „Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych i zarządzanie ryzykiem - handlowiec” w szczególności mogą być zainteresowane osoby, które swoją karierę zawodową chciałyby związać ze sprzedażą towarów i usług, samodzielnie uczyły się budowania relacji z klientami biznesowymi i chciałyby formalnie potwierdzić swoje kompetencje, ukończyły kursy lub szkolenia z zakresu sprzedaży aktywnej i zależy im na potwierdzeniu tych kwalifikacji, zawodowo są związane z prowadzeniem sprzedaży aktywnej, ale nie mają potwierdzonych kwalifikacji w tym zakresie, chciałyby przekwalifikować się, osoby pracujące, które studiują i zamierzają zdobyć kwalifikacje handlowe.

Walidacja i certyfikacja - jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo czy Rada dopuszcza finansowanie usługi rozwojowej pod warunkiem, że podmiot ją świadczący zaplanował proces walidacji/certyfikacji efektów uczenia się?

Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych

Dodatkowe uwagi¹²: Szkolenie w formie online oraz fakultatywna certyfikacja kwalifikacji.

TABELA: Usługa rozwojowa nr 4/

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA ¹³
<p>Nazwa kompetencji/kwalifikacji: Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy - online lub stacjonarne w ramach przyjętego budżetu.</p>
<p>Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się¹⁴: Osoba posiadająca kwalifikację „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy”: Sporządza całościowy plan działań sprzedażowych w oparciu o otrzymane cele. Monitoruje całościowe wyniki sprzedaży i jest gotowa, by korygować swoje działania w oparciu o aktualne wyniki i cele. Przygotowuje spotkanie z Klientem oraz inicjuje kontakt z nim, uwzględniając wytyczne swojej organizacji oraz potrzeby Klienta, składa mu propozycję zakupu ustalając warunki oferty w ramach podanych warunków brzegowych swojej organizacji. Przyjmuje zamówienie oraz dba o obsługę posprzedażową tak, by monitorować realizację zamówienia i wspierać klienta w użytkowaniu, promowaniu lub sprzedaży dostarczonych towarów lub usług na podstawie scenariusza opracowanego w organizacji, aby móc utrzymać z nim długofalową relację. Identyfikuje typ klienta i dostosowuje do niego sposób komunikacji.</p>

¹² Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

¹³ Przez **kwalifikację** należy rozumieć opis efektów uczenia się, dla których można zidentyfikować proces potwierdzania, że osoba posiada opisane efekty uczenia się. Proces powinien być niezależny od procesu edukacji i obejmować identyfikację, weryfikację i dokumentację posiadanych efektów uczenia się – jest to tzw. **walidacja**. Walidacja powinna być trafną (weryfikowane są te efekty uczenia się, które dotyczą kwalifikacji) oraz rzetelną (wynik walidacji jest niezależny od miejsca, czasu, metod oraz osób przeprowadzających walidację). Walidacja kończy się wydaniem decyzji, które efekty uczenia się zostały osiągnięte, a które nie. Jest podstawą wydania dokumentu stwierdzającego, że osoba posiada kwalifikację – czyli wydania certyfikatu w procesie **certyfikacji**. Kwalifikacją będą m. in. opisy efektów uczenia się, zawarte w kwalifikacjach włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK), a także zestawy efektów uczenia się wyodrębnione w kwalifikacjach włączonych do ZSK. **Kompetencją** będą takie opisy efektów uczenia się, dla których procesów walidacji i certyfikacji nie można zidentyfikować.

¹⁴ Kompetencje i kwalifikacje należy opisać **efektami uczenia się**. W przypadku kwalifikacji włączonej do ZSK lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link). **Opis efektów uczenia się** powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być: jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji, realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana, możliwe do zweryfikowania, zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą. Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdziela”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”. Rekomendujemy wskazanie poziomu kwalifikacji/kompetencji poprzez odniesienie się do sektorowej ramy kwalifikacji (jeśli istnieje) albo do Polskiej Ramy Kwalifikacji.

<p>Dobiera metodę komunikacji zdalnej. Inicjuje komunikację z klientem biznesowym. Omawia zasady radzenia sobie z trudnym klientem w komunikacji zdalnej. Prezentuje ofertę klientowi biznesowemu za pomocą komunikacji zdalnej. Stosuje odpowiednie formuły RODO w komunikacji zdalnej. Finalizuje transakcję za pomocą komunikacji zdalnej.</p>
<p>Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji? Tak</p>
<p>Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?: Tak, można zidentyfikować - opis jest kwalifikacją.</p>
<p>Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji: 2000</p>
<p>USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI</p>
<p>Minimalne wymagania dotyczące usługi: Czas trwania usługi szkoleniowej powinien być dostosowany do grupy uczestników, przy czym minimalna liczba godzin wynosi 44 godziny lekcyjne dla każdego uczestnika, w tym maksymalnie 30 teoretycznych. Grupa webinaryjna powinna liczyć minimalnie 2 maksymalnie 24 osób dla szkoleń online i maksymalnie 12 osób dla szkoleń stacjonarnych prowadzonych w rygorze sanitarnym i zgodnie z aktualnymi przepisami profilaktyki COVID-19. Po ustaniu pandemii Covid-19 sugeruje się zwiększyć maksymalną liczbę uczestników szkolenia stacjonarnego do 24 osób. Uczestnik musi dysponować: 1/ Dostęp do internetu minimalne wymagania (wyrażone w prędkości łącza internetowego): Dźwięk - 512 kbps, Dźwięk + obraz SD - 512 kbps + 1 Mbps, Dźwięk + obraz HD - 512 kbps + 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb LiteQ) - 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb HighQ) - 2-5 Mbps, Współdzielenie ekranu (oparte na przeglądarce) - 1-4 Mbps; 2/ Uaktualniona wersja przeglądarki internetowej: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera; 3/ Minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny lub laptop z procesorem dwurdzeniowy 2GHz lub lepszym, Pamięć RAM 4GB lub więcej, System operacyjny Windows 10, Mac OS najnowsza wersja, Linux, Chrome OS; 4/ Wbudowana lub zewnętrzna kamera internetowa (obowiązkowe); 5/ Wbudowane lub zewnętrzne głośniki lub słuchawki (obowiązkowe); 6/ Wbudowany lub zewnętrzny mikrofon (obowiązkowe); 7/ Wbudowana lub zewnętrzna klawiatura (obowiązkowe); 8/ Mysz lub wbudowany touchpad (obowiązkowe).</p> <p>Dopuszcza się stosowanie innych narzędzi software i hardware wymienionych w rubryce, jeżeli zaproponowane rozwiązania są tej samej jakości lub lepsze od wymienionych powyżej.</p> <p>Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ dostęp o webinarium szkoleniowego prowadzonego na specjalistycznej platformie, 2/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat obsługi klienta w punkcie handlowym, udostępnianych w formie elektronicznej, 3/ dostęp do wersji testowych oprogramowania wspierającego proces sprzedaży, zapewniającego możliwość fakturowania, kontaktu z magazynem itp., 4/ możliwość co najmniej 1 godziny konsultacji dla każdego z uczestników.</p> <p>W przypadku realizacji usługi stacjonarnej Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ sala szkoleniowa pozwalająca na swobodną aranżację przestrzeni, 2/ komputery z dostępem do Internetu, 1 komputer dla 2 uczestników, 3/ tablety z dostępem do Internetu oraz</p>

oprogramowaniem, 1 dla każdego uczestnika, 4/ kamerę lub inne urządzenie do digitalizacji, 5/ rzutnik multimedialny lub telewizor o przekątnej co najmniej 50 cali, 6/ dostęp do oprogramowania wspierającego handel w zakresie: analiz rynku, analiz klientów, prezentowania oferty produktów, monitorowania kontraktów, zarządzania zespołem, 7/ tablicę szkolną wraz z wyposażeniem lub tablicę ścierną lub flipchart z wyposażeniem, 8/ taśmę malarską szeroką, do tworzenia tymczasowych przylepek z imionami uczestników, 9/ materiały biurowe do notowania, 10/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat prowadzenia sprzedaży w handlu B2B i zagadnień z nim związanych.

Zajęcia powinny być prowadzone przez 2 lub 3 osoby, łącznie spełniające następujące kryteria: praktyka, znajomość problemów sektora handlu, w tym w aktywnym prowadzeniu sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych (doświadczenie na podobnym stanowisku pracy minimum 3 letnie), doświadczenie w edukacji formalnej lub rynkowej; szkoleniowiec w zakresie komunikacji społecznej dla biznesu (co najmniej 3-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń rynkowych lub 5-letnie doświadczenie w edukacji formalnej w podobnym zakresie

Optymalne cechy dobrej usługi: Przedstawione wymagania minimalne stanowią pełne spektrum cech dobrej usługi szkolenia online.

Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?: Nie

Jeśli powyżej zaznaczono „Tak” opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:

Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych: Uzyskaniem kwalifikacji „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy” w szczególności mogą być zainteresowane osoby, które swoją karierę zawodową chciałyby związać ze sprzedażą i obsługą klienta; samodzielnie uczyły się budowania relacji z klientem, chciałyby formalnie potwierdzić swoje kompetencje; ukończyły kursy lub szkolenia z zakresu sprzedaży i zależy im na potwierdzeniu tych kwalifikacji, osoby pracujące, które studiują i zamierzają zdobyć kwalifikacje handlowe, zawodowo są związane z prowadzeniem sprzedaży i/lub obsługi klienta, ale nie mają potwierdzonych kwalifikacji w tym zakresie; - chciałyby przekwalifikować się; posiadają doświadczenie w sprzedaży bezpośredniej (kwalifikację „Obsługa klienta i sprzedaż w punkcie handlowym - sprzedawca”).

Walidacja i certyfikacja - jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo czy Rada dopuszcza finansowanie usługi rozwojowej pod warunkiem, że podmiot ją świadczący zaplanował proces walidacji/certyfikacji efektów uczenia się?

Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych.

Dodatkowe uwagi¹⁵: Szkolenie w formie online oraz fakultatywna certyfikacja kwalifikacji

TABELA: Usługa rozwojowa nr 5/

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA ¹⁶
<p>Nazwa kompetencji/kwalifikacji: Generowanie leadów sprzedażowych - online lub stacjonarne w ramach przyjętego budżetu.</p>
<p>Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się¹⁷:</p> <p>Osoba posiadająca kwalifikację Generowanie leadów sprzedażowych jest gotowa do analizy i badania rynku oraz stosowania technik oceny atrakcyjności poszczególnych terytoriów sprzedaży w kontekście pozyskiwania leadów sprzedażowych. W oparciu o wyniki analizy proponuje zakres rynku docelowego, buduje komunikaty marketingowe, ułatwiające pozyskiwanie osób lub podmiotów, które są realnie zainteresowane ofertą firmy oraz prowadzi aktywne działania mające na celu wyłonienie leadów oraz ich nakłonienie do skorzystania z produktów i usług dostępnych w ofercie. Osoba posiadająca kwalifikację obsługuje bazy potencjalnych klientów, segmentuje i kwalifikuje potencjalnych klientów, tworzy spójną metodologię punktacji klientów, buduje optymalny profil nabywcy (persony). Planuje i uruchamia działania marketingowe nakierowane na pozyskiwanie szans sprzedaży.</p>

¹⁵ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

¹⁶ Przez **kwalifikację** należy rozumieć opis efektów uczenia się, dla których można zidentyfikować proces potwierdzania, że osoba posiada opisane efekty uczenia się. Proces powinien być niezależny od procesu edukacji i obejmować identyfikację, weryfikację i dokumentację posiadanych efektów uczenia się – jest to tzw. **walidacja**. Walidacja powinna być trafną (weryfikowane są te efekty uczenia się, które dotyczą kwalifikacji) oraz rzetelną (wynik walidacji jest niezależny od miejsca, czasu, metod oraz osób przeprowadzających walidację). Walidacja kończy się wydaniem decyzji, które efekty uczenia się zostały osiągnięte, a które nie. Jest podstawą wydania dokumentu stwierdzającego, że osoba posiada kwalifikację – czyli wydania certyfikatu w procesie **certyfikacji**. Kwalifikacją będą m. in. opisy efektów uczenia się, zawarte w kwalifikacjach włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK), a także zestawy efektów uczenia się wyodrębnione w kwalifikacjach włączonych do ZSK. **Kompetencją** będą takie opisy efektów uczenia się, dla których procesów walidacji i certyfikacji nie można zidentyfikować.

¹⁷ Kompetencje i kwalifikacje należy opisać **efektami uczenia się**. W przypadku kwalifikacji włączonej do ZSK lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link). **Opis efektów uczenia się** powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być: jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji, realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana, możliwe do zweryfikowania, zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą. Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdzielić”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”. Rekomendujemy wskazanie poziomu kwalifikacji/kompetencji poprzez odniesienie się do sektorowej ramy kwalifikacji (jeśli istnieje) albo do Polskiej Ramy Kwalifikacji.

<p>Przygotowuje plan pozyskiwania leadów. Określa i monitoruje status szansy sprzedażowej. Dokonuje pomiaru pozyskania leada oraz definiuje moment przekazania szansy sprzedaży i kontynuacji procesu przez sprzedawców. Obsługuje narzędzia do automatyzacji marketingu internetowego w zakresie obsługi bazy klientów i pozyskania leadów sprzedażowych.</p>
<p>Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji? Nie</p>
<p>Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?: Nie można zidentyfikować - opis jest kompetencją.</p>
<p>Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji: 1500</p>
<p>USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI</p>
<p>Minimalne wymagania dotyczące usługi: Czas trwania usługi szkoleniowej powinien być dostosowany do grupy uczestników, przy czym minimalna liczba godzin wynosi 24 godzin lekcyjnych dla każdego uczestnika, w tym maksymalnie 18 teoretycznych. Grupa webinaryjna powinna liczyć minimalnie 2 a maksymalnie 24 osoby dla szkoleń online i maksymalnie 12 osób dla szkoleń stacjonarnych prowadzonych w rygorze sanitarnym i zgodnie z aktualnymi przepisami profilatyki COVID-19. Po ustaniu pandemii Covid-19 sugeruje się zwiększyć maksymalną liczbę uczestników szkolenia stacjonarnego do 24 osób. Uczestnik musi dysponować: 1/ Dostęp do internetu minimalne wymagania (wyrażone w prędkości łącza internetowego): Dźwięk - 512 kbps, Dźwięk + obraz SD - 512 kbps + 1 Mbps, Dźwięk + obraz HD - 512 kbps + 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb LiteQ) - 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb HighQ) - 2-5 Mbps, Współdzielenie ekranu (oparte na przeglądarce) - 1-4 Mbps; Uaktualniona wersja przeglądarki internetowej: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera; 2/ Minimalne wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny lub laptop z procesorem dwurdzeniowy 2GHz lub lepszym, Pamięć RAM 4GB lub więcej, System operacyjny Windows 10, Mac OS najnowsza wersja, Linux, Chrome OS; 3/ Wbudowana lub zewnętrzna kamera internetowa (obowiązkowe); 4/ Wbudowane lub zewnętrzne głośniki lub słuchawki (obowiązkowe); 5/ Wbudowany lub zewnętrzny mikrofon (obowiązkowe); 6/ Wbudowana lub zewnętrzna klawiatura (obowiązkowe); 7/ Mysz lub wbudowany touchpad (obowiązkowe). Dopuszcza się stosowanie innych narzędzi software i hardware wymienionych w rubryce, jeżeli zaproponowane rozwiązania są tej samej jakości lub lepsze od wymienionych powyżej. Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ dostęp o webinarium szkoleniowego prowadzonego na specjalistycznej platformie, 2/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat obsługi klienta w punkcie handlowym, udostępnianych w formie elektronicznej, 3/ dostęp do wersji testowych oprogramowania wspierającego proces sprzedaży, zapewniającego możliwość fakturowania, kontaktu z magazynem itp., 4/ możliwość co najmniej 1 godziny konsultacji dla każdego z uczestników. W wypadku realizowania usługi stacjonarnej Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ sala pozwalająca na swobodne aranżowanie przestrzeni, 2/ komputery z dostępem do</p>

<p>Internetu, 1 komputer dla każdego uczestnika, 3/ rzutnik multimedialny lub telewizor o przekątnej co najmniej 50 cali, 4/ dostęp do oprogramowania pozwalającego na prowadzenie analiz klientów, 5/ tablicę szkolną wraz z wyposażeniem, 6/ materiały biurowe do notowania, 7/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji branżowych i witryn internetowych zawierających informacje na temat pozyskiwania leadów sprzedażowych i zagadnień z nimi związanych,</p> <p>Zajęcia powinny być prowadzone przez 2 lub 3 osoby, łącznie spełniające następujące kryteria: praktyka, znajomość problemów sektora handlu, w tym w generowaniu leadów sprzedażowych (doświadczenie na podobnym stanowisku pracy minimum 5 letnie), doświadczenie w edukacji formalnej lub rynkowej; szkoleniowiec w zakresie komunikacji społecznej dla biznesu (co najmniej 3-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń rynkowych lub 5-letnie doświadczenie w edukacji formalnej w podobnym zakresie</p>
<p>Optymalne cechy dobrej usługi: Przedstawione wymagania minimalne stanowią pełne spektrum cech dobrej usługi szkolenia online</p>
<p>Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?: Nie</p>
<p>Jeśli powyżej zaznaczono „Tak” opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:</p>
<p>Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych: Kwalifikacja adresowana jest w szczególności do pracowników działów obsługi klienta, osób pracujących na stanowiskach związanych z pozyskiwaniem klienta, handlowców, pracowników jednostek prowadzących eksport-import, osób prowadzących działalność gospodarczą w zakresie sprzedaży, osób prowadzących działania marketingowe w organizacji w obszarze pozyskiwania leadów sprzedażowych, pracowników agencji marketingowych, studiują i zamierzają zdobyć kwalifikacje handlowe, PR kreatywnych, social media oraz pracowników domów mediowych.</p>
<p>Walidacja i certyfikacja - jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo czy Rada dopuszcza finansowanie usługi rozwojowej pod warunkiem, że podmiot ją świadczący zaplanował proces walidacji/certyfikacji efektów uczenia się?</p>
<p>Dodatkowe uwagi¹⁸: Kwalifikacja jest na etapie konsultacji przed wpisaniem do ZSK. Szkolenie w formie online</p>

TABELA: Usługa rozwojowa nr 6/

KOMPETENCJA/KWALIFIKACJA¹⁹

¹⁸ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

¹⁹ Przez **kwalifikację** należy rozumieć opis efektów uczenia się, dla których można zidentyfikować proces potwierdzania, że osoba posiada opisane efekty uczenia się. Proces powinien być niezależny od procesu edukacji i obejmować identyfikację, weryfikację i dokumentację posiadanych efektów uczenia się – jest to tzw. **walidacja**.

Nazwa kompetencji/kwalifikacji: Studia podyplomowe MBA w zakresie zarządzania w handlu krajowym i międzynarodowym / *Master of Business Administration in Domestic and International Trade*

Oczekiwane przez przedstawicieli sektora efekty uczenia się²⁰: Osoba posiadająca kwalifikację rynkową jest gotowa do wykonywania zadań związanych z zarządzaniem organizacjami (instytucjami i przedsiębiorstwami) sektora handlu oraz działami handlowymi przedsiębiorstw produkcyjnych, usługowych i innych. Zna zasady prowadzenia działalności handlowej w aspekcie ekonomicznym, finansowym i praktycznym, zasady projektowania produktów i usług w handlu, zasady funkcjonowania instytucji z otoczenia biznesu, sposoby finansowania przedsiębiorstw, a także znaczenie innowacji i e-biznesu w prowadzeniu działalności handlowej. Wykorzystując wiedzę i umiejętności praktyczne, w tym znajomość reguł makro- i mikroekonomii, metod analitycznych i syntetycznych oraz technik komunikacji, identyfikuje potrzeby rynkowe, określa grupy docelowe i definiuje potrzeby konsumentów. Przygotowuje i prezentuje ofertę zgodną z oczekiwanymi trendami i kreuje politykę firmy w tym zakresie. Monitoruje zapotrzebowanie rynku na oferowane towary i usługi pod względem ilościowym i jakościowym. Prowadzi analizę raportów okresowych oraz wytycza kierunki rozwoju organizacji i ewentualnej ekspansji na nowe rynki, w tym z wykorzystaniem sieci kooperacyjnych i łańcuchów dostaw. Powierzone zadania wykonuje zgodnie z przepisami prawa oraz współtworzy wewnętrzne uregulowania organizacji w zakresie gospodarowania towarami i finansami.

Ma przygotowanie do pracy wymagającej szybkiego podejmowania decyzji w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu biznesowym. Potrafi podejmować decyzje grupowe oraz

Walidacja powinna być trafna (weryfikowane są te efekty uczenia się, które dotyczą kwalifikacji) oraz rzetelna (wynik walidacji jest niezależny od miejsca, czasu, metod oraz osób przeprowadzających walidację). Walidacja kończy się wydaniem decyzji, które efekty uczenia się zostały osiągnięte, a które nie. Jest podstawą wydania dokumentu stwierdzającego, że osoba posiada kwalifikację – czyli wydania certyfikatu w procesie **certyfikacji**. Kwalifikacją będą m. in. opisy efektów uczenia się, zawarte w kwalifikacjach włączonych do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (ZSK), a także zestawy efektów uczenia się wyodrębnione w kwalifikacjach włączonych do ZSK. **Kompetencją** będą takie opisy efektów uczenia się, dla których procesów walidacji i certyfikacji nie można zidentyfikować.

²⁰ Kompetencje i kwalifikacje należy opisać **efektami uczenia się**. W przypadku kwalifikacji włączonej do ZSK lub części kwalifikacji opis może odwoływać się do odpowiedniego opisu w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (np. poprzez odpowiedni link). **Opis efektów uczenia się** powinien przedstawiać efekty uczenia się konieczne do prawidłowego i sprawnego wykonywania określonego rodzaju czynności, zadania lub funkcji. Przez „prawidłowe wykonywanie” rozumie się **wykorzystywanie w działaniu odpowiedniej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz stosowanie się do norm społecznych**, w szczególności odnoszących się do danego rodzaju działalności. Efekty uczenia się powinny być: jednoznaczne – niebudzące wątpliwości, niepozwalające na dowolność interpretacji, realne – możliwe do osiągnięcia przez osoby, do których usługa jest skierowana, możliwe do zweryfikowania, zrozumiałe dla osób i podmiotów potencjalnie zainteresowanych usługą. Podczas formułowania umiejętności korzystne jest stosowanie czasowników operacyjnych, np. „rozdziela”, „definiuje”, „charakteryzuje”, „uzasadnia”, „obsługuje”, „montuje”, „monitoruje”, „planuje”, „projektuje”, „organizuje”, „kontroluje”, „ocenia”, „nadzoruje”. Nie jest zalecane stosowanie czasowników, takich jak „zna”, „wie”, „potrafi”, „rozumie”. Rekomendujemy wskazanie poziomu kwalifikacji/kompetencji poprzez odniesienie się do sektorowej ramy kwalifikacji (jeśli istnieje) albo do Polskiej Ramy Kwalifikacji.

organizować i facylitować spotkania tego typu. Potrafi prowadzić negocjacje, budować struktury organizacyjne i zarządzać nimi. Rozwiązuje niestandardowe problemy w relacjach z interesariuszami. Odznacza się kompetencjami dobrego lidera, posiadającego autorytet wśród pracowników i kontrahentów, a także innowacyjnego przywódcy, umiejętnie delegującego uprawnienia kierownicze, identyfikującego obszary, w których zarządzanie organizacją może przyjąć formę zdecentralizowanych struktur poziomych. Efektywnie kreuje pozytywne relacje w organizacji i przeciwdziała konfliktom, motywuje pracowników przez wskazywanie celów oraz współtworzy kulturę organizacji określaną jako zwinna (agile)/ turkusowa i działa na rzecz transformacji przedsiębiorstwa handlowego w kierunku organizacji zwinnej/turkusowej. Potrafi zarządzać pracą w środowisku zróżnicowanym kulturowo. Jest gotów do myślenia krytycznego oraz akceptacji niewiedzy jako motoru poznania i porażki jako źródła sukcesu. W komunikacji wewnętrznej jest gotów do stosowania strategii otwartości. W kontekście komunikacji z klientami jest gotów do wdrażania podejścia klientocentrycznego w organizacji.

Zleca i nadzoruje prowadzenie analizy czynników ryzyka i stosuje w praktyce metody jego ograniczania, w tym w drodze ochrony prawnej i ubezpieczeniowej, w celu uniknięcia kolizji odpowiedzialności i zaburzenia funkcjonowania organizacji. Opracowuje strategię organizacji, plany operacyjne (z uwzględnieniem potencjalnych wyzwań, szans i zagrożeń) i ewentualnościowe, zawierające elementy zarządzania kryzysowego.

W działalności handlowej stosuje zasady etyki zawodowej, ładu korporacyjnego, promując dobre praktyki i przestrzeganie przepisów prawa. W organizacji podkreśla konieczność odpowiedzialności za produkt wprowadzany do obrotu oraz konsekwencje społeczne i środowiskowe związane z tym procesem. Stosuje i promuje praktyki antykorupcyjne wśród współpracowników i kontrahentów.

Posiada kompetencje w zakresie wykorzystywania w handlu nowych technologii i analityki biznesowej (*Business Intelligence*) oraz badań jakościowych swoistych dla CX, UX i BX. Wdraża zaawansowane narzędzia informatyczne w celu zwiększenia stopnia automatyzacji procesów w różnych segmentach organizacji. Wprowadza odpowiednie metody zarządzania strategicznego, z wykorzystaniem usług zewnętrznych firm doradczych i eksperckich.

Dbą o wizerunek firmy, zespołu oraz produktów i/lub usług, wykorzystując nowoczesne narzędzia komunikacji i promocji. Nadzoruje prowadzenie działań marketingowych i promocyjnych, dba o właściwą komunikację wewnętrzną i zewnętrzną. Współpracuje z organizacjami branżowymi i eksperckimi.

Promuje wysokie standardy kultury osobistej oraz komunikację bez przemocy (Nonviolent Communication). Wykorzystuje narzędzia do planowania i zarządzania czasem oraz do kierowania i monitorowania pracą zespołową. Planuje i monitoruje kursy i szkolenia dla pracowników, zarówno w zakresie kompetencji twardych, jak i miękkich.

Czy powyższy opis efektów uczenia jest włączony do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji?

Nie

Czy dla wyżej opisanych efektów uczenia się można zidentyfikować procesy walidacji i certyfikacji?: Tak, można zidentyfikować - w drodze zaliczeń i egzaminów, potwierdzenie przez wydanie świadectwa ukończenia studiów podyplomowych.

Szacowana skala niedoboru kompetencji/kwalifikacji: 2000
USŁUGA ROZWOJOWA WSPIERAJĄCA ZDOBYCIE KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI
<p>Minimalne wymagania dotyczące usługi: Usługa w formie studiów podyplomowych. Czas trwania usługi rozwojowej powinien być zgodny z przepisami dotyczącymi studiów, w tym studiów podyplomowych, w szczególności Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce, tzn. nie krótszy niż 2 semestry. Grupa słuchaczy nie powinna liczyć więcej niż 15 osób. Wymiar godzinowy zajęć wynosi 329 godziny lekcyjne na osobę. Instytucja rozwojowa musi zapewnić uczestnikom: 1/ pomieszczenie do realizacji usługi rozwojowej, umożliwiające swobodną aranżację przestrzeni; 2/ komputery z dostępem do Internetu i oprogramowaniem biurowym (pakiet MS Office), 1 komputer na 1 uczestnika; 3/ rzutnik multimedialny i/lub telewizor o przekątnej co najmniej 50 cali; 4/ kamerę i/lub inne urządzenia do digitalizacji; 5/ tablicę szkolną wraz z wyposażeniem, tablicę ścieralną lub flipchart z wyposażeniem; 6/ materiały biurowe do notowania dla każdego z uczestników; 7/ dostęp do skryptów, podręczników, publikacji naukowych (w ramach posiadanej biblioteki), witryn internetowych oraz baz danych, zawierających informacje dotyczące zarządzania, w tym zarządzania w handlu, w formie papierowej i/lub elektronicznej na nośniku danych lub do pobrania z witryny instytucji rozwojowej; 8/ dostęp do oprogramowania niezbędnego w procesie kształcenia na poziomie studiów podyplomowych.</p> <p>Zajęcia powinny być prowadzone przez osoby posiadające kwalifikacje akademickie oraz praktyków z tytułem zawodowym magistra lub stopniem naukowym. Zaleca się, aby zajęcia realizowane w ramach usługi były przynajmniej w 80% praktyczne (w rozumieniu Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce — kształtujące umiejętności praktyczne).</p>
<p>Optymalne cechy dobrej usługi: Przedstawione wymagania minimalne stanowią pełne spektrum cech dobrej usługi. Rekomendowana kwalifikacja rynkowa posiada określone wymagania, do których spełnienia konieczne jest, aby usługa rozwojowa nie odbiegała cechami jakościowymi od wskazanych powyżej.</p>
<p>Czy przedstawiciele sektora dopuszczają możliwość realizacji usług rozwojowych obejmujących tylko część efektów uczenia się dla kompetencji/kwalifikacji?: Nie</p>
<p>Jeśli powyżej zaznaczono „Tak” opisz, w jakie grupy należy zestawiać poszczególne efekty, żeby planować usługę rozwojową i jakie warunki (minimalne i optymalne) powinna wtedy spełniać:</p>
<p>Potencjalni uczestnicy usług rozwojowych: Zgodnie z art. 160 ust. 1 Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczestnikiem usługi rozwojowej może być osoba, która posiada kwalifikację pełną co najmniej na poziomie 6 uzyskaną w systemie szkolnictwa wyższego i nauki. Uzyskaniem kwalifikacji „Studia podyplomowe MBA w zakresie zarządzania w handlu krajowym i międzynarodowym” w szczególności mogą być zainteresowane osoby, które swoją karierę zawodową chciałyby związać z zarządzaniem podmiotami specjalizującymi się w handlu; zdobywały w praktyce wiedzę, umiejętności i kompetencje w zakresie zarządzania w handlu i chciałyby formalnie potwierdzić swoje kompetencje; ukończyły kursy i/lub szkolenia z zakresu</p>

zarządzania w handlu i zależy im na potwierdzeniu kwalifikacji; są zawodowo związane z zarządzaniem organizacją działającą w obszarze handlu i/lub działem handlowym przedsiębiorstwa o innym profilu, ale nie mają potwierdzonych kwalifikacji w tym zakresie. Osoba posiadająca kwalifikację „Studia podyplomowe MBA w zakresie zarządzania w handlu krajowym i międzynarodowym” może znaleźć zatrudnienie w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż towarów i usług na rynku krajowym i międzynarodowym (w Unii Europejskiej i poza jej obszarem). Zgodnie z art. 19 Ustawy z dnia 16 grudnia 2016 r. o zasadach zarządzania mieniem państwowym spełnia również wymagania stawiane kandydatom na członków organów nadzorczych (zarząd, rada nadzorcza itp.) w spółkach z udziałem Skarbu Państwa. Posiadanie kwalifikacji wiąże się także z możliwością zarządzania procesem sprzedaży w ramach własnej działalności gospodarczej.

Walidacja i certyfikacja - jeśli w tabeli „Kompetencja/kwalifikacja” w polu „Walidacja i certyfikacja” zaznaczono „Tak”, to czy Rada dopuszcza finansowanie ze środków POWER 2.21. samych usług rozwojowych albo czy Rada dopuszcza finansowanie usługi rozwojowej pod warunkiem, że podmiot ją świadczący zaplanował proces walidacji/certyfikacji efektów uczenia się?: Rada dopuszcza finansowanie usługi rozwojowej pod warunkiem, że podmiot ją świadczący zaplanował proces walidacji/certyfikacji efektów uczenia się.

Dodatkowe uwagi²¹: Z uwagi na zagrożenie pandemii COVID-19 zaleca się aby studia prowadzone były w formie niestacjonarnej (8 tzw. zjazdów sobotnio-niedzielnym w każdym semestrze), z możliwością prowadzenia części zajęć przez platformę e-learningową. W przypadku prowadzenia stacjonarnych zaleca się, aby przebiegały one w rygorze sanitarnym i zgodnie z aktualnymi przepisami profilatyki COVID-19. Kwalifikacja pełna potwierdzona jest w drodze zaliczeń i/lub egzaminów z poszczególnych przedmiotów oraz testowego egzaminu końcowego. Absolwenci studiów otrzymują świadectwo ukończenia studiów podyplomowych typu MBA w zakresie zarządzania w handlu krajowym i międzynarodowym oraz certyfikat w języku angielskim.

4. UZASADNIENIE WAŻNOŚCI (KOLEJNOŚCI) KOMPETENCJI/KWALIFIKACJI ZAPREZENTOWANYCH W PUNKCIE 3/

Kolejność przedstawionych kwalifikacji wynika z faktu ich ważności dla sektora, która została potwierdzona w analizie oraz w badaniu jakościowym konsultującym rekomendacje. Jednocześnie dokonując hierarchizacji odniesiono się do zakresów przewidywanego zapotrzebowania na pracowników posiadających daną kwalifikację. Z uwagi na zagrożenie pandemii COVID-19 w zestawieniu przyjęto, że zajęcia będą prowadzone online, z możliwością modyfikacji do formy stacjonarnej, lub w formie stacjonarnej i szkolenia online. Taka forma zajęć ma zapewnić elastyczność i bezpieczeństwo. Należy podkreślić, że 3 z 6 rekomendowanych

²¹ Np. wskazanie województw/regionów Polski, w których zapotrzebowanie na określone kompetencje/kwalifikacje/części kwalifikacji jest największe.

kwalfikacji zostały wpisane do ZSK, dlatego w ich przypadkach rekomendacja obejmuje również fakultatywne certyfikowanie kwalfikacji.

5. REKOMENDACJE RADY MAJĄCE NA CELU POPRAWĘ DOPASOWANIA KOMPETENCJI DO POTRZEB SEKTORA INNYCH NIŻ KOMPETENCJE/KWALIFIKACJE, KTÓRYCH DEFICYT ZDIAGNOZOWANO W SEKTORZE I OPISANO W PKT. 3)

Niezwykle istotną, inną niż zdiagnozowane i opisane kwalfikacje, rekomendacją pozwalającą na poprawę i dopasowanie kompetencji w sektorze handlu jest zmiana jego wizerunku i przedstawienie jako nowoczesnego, znaczącego dla gospodarki, pozwalającego na rozwój pracowników oraz na stałe poszerzanie ich kompetencji i kwalfikacji. Realizacja tej rekomendacji może pomóc wielu absolwentom szkół ponadpodstawowych i uczelni w świadomym wyborze zawodu handlowego oraz przyczyni się do umocnienia wizerunku sektora jako realizującego strategię edukacyjną w formie procesu a nie w formie zadania.

ⁱ Monitor Rynku Pracy - 39 edycja. - trendy na rynku pracy 2020, <http://info.randstad.pl/monitor-ryнку-pracy-39> (22.04.2020).

ⁱⁱ Ograniczenia w handlu największym ciosem dla gospodarki, <https://wgospodarce.pl/informacje/78268-ograniczenia-w-handlu-najwiekszym-ciosem-dla-gospodarki> (29.04.2020).

ⁱⁱⁱ Zmiany w e-biznesie. Co łączy budowlankę z branżą fashion, <https://businessinsider.com.pl/technologie/zmiany-w-e-biznesie-co-laczy-budowlanke-z-branza-fashion/mq6hwdy> (24.02. 2021).

^{iv} Rynek pracy w czasie COVID-19: Czas pracowników fizycznych, <https://wgospodarce.pl/informacje/77768-rynek-pracy-w-czasie-covid-19-czas-pracownikow-fizycznych> (28.04.2020).

^v Handlowy chat: Pracownicy otwarci na zmiany, nadszedł czas wyjścia ze strefy komfortu, <https://www.dlahandlu.pl/detal-hurt/wiadomosci/handlowy-chat-pracownicy-otwarci-na-zmiany-nadszedl-czas-wyjscia-ze-strefy-komfortu,87479.html> (29.04.2020).

^{vi} Silne zespoły pracowników: czego Twoi pracownicy potrzebują w czasach epidemii COVID-19, <https://www.accenture.com/pl-pl/about/company/leadership-during-coronavirus> (04.03.2021).

^{vii} Izba Gospodarki Elektronicznej, E-commerce w czasie kryzysu 2020, <https://eizba.pl/wp-content/uploads/2020/03/E-commerce-w-czasie-kryzysu-2020.pdf> (28.04.2020).

^{viii} K. Kaszuba, Benedikt Berlemann: Amazon będzie game-changerem w polskim e-commerce transgranicznym, wywiad, https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artukul/benedikt-berlemann-amazon-bedzie-w-polsce-game-changerem-w-polskim-e-commerce-transgranicznym-wywiad/2?fbclid=IwAR3LyaaVps2FhUcVnDcdi0rBdbN-BnerKqAAVDxo-eCpyZIQfCLFO6B_bkY (01.03.2021).