

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

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

INFORMACJA O ZAWODZIE

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)

(243304)



Specjaliści do spraw sprzedaży (z wyłączeniem technologii informacyjno-komunikacyjnych)

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

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

INFORMACJA O ZAWODZIE

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)

(243304)

Specjaliści do spraw sprzedaży (z wyłączeniem technologii informacyjno-komunikacyjnych)

Ministerstwo Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, Departament Rynku Pracy

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

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

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

Partnerzy projektu INFODORADCA+:

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

INFORMACJA O ZAWODZIE

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) (243304)

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

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

ISBN 978-83-7789-495-8 [153]

Publikacja bezpłatna

Zdjęcie na okładce (źródło): <https://unsplash.com/photos/X9eJsTp6-No> [dostęp: 31.10.2018].



SPIS TREŚCI

1. DANE IDENTYFIKACYJNE ZAWODU	3
1.1. Nazwa i kod zawodu (wg Klasyfikacji zawodów i specjalności).....	3
1.2. Nazwy zwyczajowe zawodu.....	3
1.3. Usytuowanie zawodu w klasyfikacjach: ISCO, PKD	3
1.4. Notka metodologiczna, autorzy i eksperci opiniujący.....	3
2. OPIS ZAWODU.....	4
2.1. Synteza zawodu.....	4
2.2. Opis pracy i sposobu jej wykonywania.....	4
2.3. Środowisko pracy (warunki pracy, maszyny i narzędzia pracy, zagrożenia, organizacja pracy).....	5
2.4. Wymagania psychofizyczne i zdrowotne.....	6
2.5. Wykształcenie, tytuły zawodowe, kwalifikacje i uprawnienia niezbędne/preferowane do podjęcia pracy w zawodzie.....	7
2.6. Możliwości rozwoju zawodowego, awansu i potwierdzania kompetencji	8
2.7. Zawody pokrewne	9
3. ZADANIA ZAWODOWE I WYMAGANE KOMPETENCJE	9
3.1. Zadania zawodowe	9
3.2. Kompetencja zawodowa Kz1: Zbieranie i analizowanie danych związanych z otoczeniem rynkowym i przedmiotem negocjacji	9
3.3. Kompetencja zawodowa Kz2: Prowadzenie procesu negocjacji z kluczowym klientem	10
3.4. Kompetencja zawodowa Kz3: Obsługiwanie i budowanie relacji z kluczowymi klientami	11
3.5. Kompetencja zawodowa Kz4: Sporządzanie raportów i analiz dotyczących obsługi kluczowych klientów	12
3.6. Kompetencje społeczne.....	13
3.7. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu.....	13
3.8. Powiązanie kompetencji zawodowych z opisami poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji oraz Sektorowej Ramy Kwalifikacji.....	14
4. ODNIESIENIE DO SYTUACJI ZAWODU NA RYNKU PRACY I MOŻLIWOŚCI DOSKONALENIA ZAWODOWEGO.....	14
4.1. Możliwości podjęcia pracy w zawodzie	14
4.2. Instytucje oferujące kształcenie, szkolenie i/lub potwierdzanie kompetencji w ramach zawodu	16
4.3. Zarobki osób wykonujących dany zawód/daną grupę zawodów	17
4.4. Możliwości zatrudnienia osób niepełnosprawnych w zawodzie.....	18
5. ODNIESIENIE DO EUROPEJSKIEJ KLASYFIKACJI UMIEJĘTNOŚCI/ KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI I ZAWODÓW (ESCO)	18
6. ŹRÓDŁA DODATKOWYCH INFORMACJI O ZAWODZIE	19
7. SŁOWNIK POJĘĆ	20
7.1. Definicje powiązane z opisem informacji o zawodzie (zawodoznawcze)	20
7.2. Definicje związane z wykonywaniem zawodu (branżowe)	23

1. DANE IDENTYFIKACYJNE ZAWODU

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

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) 243304

1.2. Nazwy zwyczajowe zawodu

- Doradca kluczowego klienta.
- Koordynator do spraw kluczowych klientów.
- Opiekun kluczowego klienta.
- Przedstawiciel do spraw kluczowych klientów.

1.3. Usytuowanie zawodu w klasyfikacjach: ISCO, PKD

W Międzynarodowym Standardzie Klasyfikacji Zawodów ISCO-08 odpowiada grupie:

- 2433 Technical and medical sales professionals (excluding ICT).

Według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007):

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

1.4. Notka metodologiczna, autorzy i eksperci opiniujący

Notka metodologiczna

Opis informacji o zawodzie opracowano na podstawie:

- analizy źródeł (akty prawne, klasyfikacje krajowe, międzynarodowe) oraz źródeł internetowych,
- analizy opisu zawodu zamieszczonego w wyszukiwarce opisów zawodów na Portalu Publicznych Służb Zatrudnienia,
- badań ankietowych prowadzonych w projekcie INFODORADCA+ we wrześniu 2018 r.,
- zebranych opinii od recenzentów, członków panelu ewaluacyjnego oraz zespołu ds. walidacji i jakości informacji o zawodach.

Autorzy i eksperci opiniujący

Zespół Ekspertki:

- Krzysztof Hasiuk – Kamas Krzysztof Hasiuk, Bojano.
- Przemysław Namysłowski – PPH Drena s.c., Słupsk.
- Magdalena Szpak-Marek – PBS Sp. z o.o., Sopot.
- Joanna Woźniczka – PBS Sp. z o.o., Sopot.

Zespół ds. walidacji i jakości informacji o zawodzie:

- Krzysztof Gosz – PBS Sp. z o.o., Sopot.
- Magdalena Jackman – PBS Sp. z o.o., Sopot.
- Daria Siemińska – PBS Sp. z o.o., Sopot.
- Krzysztof Symela – Instytut Technologii Eksploatacji – PIB, Radom.
- Ireneusz Woźniak – Instytut Technologii Eksploatacji – PIB, Radom.

Recenzenci:

- Jolanta Mrozek – Uniwersytet Gdański, Gdańsk.
- Grzegorz Sławiński – Roben Polska Sp. z o.o. i Wspólnicy Sp.k., Środa Śląska.

Panel ewaluacyjny – przedstawiciele partnerów społecznych:

- Agnieszka Dejna – Spółdzielnia Socjalna Dalba, Gdańsk.
- Iwona Kątna – ekspert niezależny, Wejherowo.

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

WAŻNE:

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

2. OPIS ZAWODU**2.1. Synteza zawodu**

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) odpowiada za pozyskanie i obsługę najważniejszych i największych klientów⁵ firmy, dba o relacje handlowe z kluczowymi klientami⁶ firmy, współtworzy strategię sprzedażową¹⁵ i odpowiada za prowadzenie aktywnych działań sprzedażowych produktów i usług.

2.2. Opis pracy i sposobu jej wykonywania**Opis pracy**

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) wykonuje prace z wykorzystaniem metod, technik i procedur właściwych dla pozyskania i obsługi strategicznych klientów firmy. W szczególności jego działania odnoszą się do budowania i utrzymywania długofalowych relacji biznesowych z najważniejszymi klientami firmy, monitorowania potencjału klientów na danym rynku. Szczególnie istotne jest pozyskiwanie kluczowych klientów dla firmy oraz sprawowanie opieki nad pozyskanymi już kluczowymi klientami.

Zakres prac obejmuje także prowadzenie negocjacji handlowych, przygotowywanie ofert handlowych, zarządzanie prowadzonymi działaniami sprzedażowymi, marketingowymi i promocyjnymi oraz budowanie wizerunku firmy na rynku.

Sposoby wykonywania pracy

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) wykonuje pracę polegającą m.in. na:

- realizacji założonego planu sprzedaży¹²,
- prowadzeniu bieżącej i najwyższej jakości obsługi kluczowych klientów w zakresie sprzedaży produktów i usług,
- prezentowaniu oferty firmy nowym i dotychczasowym klientom,
- doradzaniu klientom w zakresie oferty handlowej firmy,
- przygotowywaniu i prowadzeniu projektów sprzedażowych, polegających na planowaniu poziomu sprzedaży w określonym czasie na rzecz określonego klienta (często w rozbiciu na poszczególne elementy oferty firmy),
- sporządzaniu raportów marketingowych¹⁴,
- przygotowywaniu raportów, prezentacji oraz sprawozdań z bieżącej sprzedaży i realizacji planu sprzedaży,
- zarządzaniu pracą podległego zespołu handlowców i merchandiserów¹⁰,
- monitorowaniu rynku i sytuacji gospodarczej oraz analizowaniu działań sprzedażowych konkurencji, w celu udoskonalenia ofert handlowych,

- efektywnym i racjonalnym zarządzaniu powierzonym budżetem,
- pozyskiwaniu informacji o sytuacji rynkowej.

Więcej szczegółowych informacji znajduje się w sekcjach: 3.1. Zadania zawodowe oraz 3.2, 3.3, 3.4 i 3.5. Kompetencje zawodowe.

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

Warunki pracy

Miejszem pracy **specjalisty do spraw kluczowych klientów (key account manager)** są przede wszystkim pomieszczenia biurowe firmy. Praca odbywa się głównie w pozycji siedzącej, na stanowisku wyposażonym w komputer. Czas pracy w dużej mierze wypełniają też podróże służbowe i spotkania biznesowe w siedzibie klienta lub w innych miejscach wybranych przez klienta.

Osoba na tym stanowisku pracuje pod presją czasu i presją poziomu realizacji wyniku sprzedaży.

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

Wykorzystywane maszyny i narzędzia pracy

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) w działalności zawodowej wykorzystuje m.in.:

- urządzenia mobilne: notebook, tablet, smartfon, modem internetu mobilnego,
- komputer,
- pakiet MS Office, w szczególności arkusze kalkulacyjne,
- raporty i wykresy z udziałów rynkowych sporządzanych przez instytucje badawcze,
- telefon,
- urządzenia biurowe takie jak faks, ksero, skaner, niszczarka do dokumentów,
- samochód służbowy (opcjonalnie z możliwością korzystania do użytku prywatnego).

Organizacja pracy

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) samodzielnie organizuje swoją pracę i ma zwykle nienormowany i zadaniowy czas pracy, który jest uzależniony od ilości i rodzaju zadań, które nadzoruje oraz wykonuje. Jego praca wymaga częstych wyjazdów służbowych i wiąże się z koniecznością pracy online.

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) organizuje i koordynuje pracę podległego mu zespołu sprzedażowego.

Kontakt z podwładnymi oraz z klientami odbywa się zwykle telefonicznie lub e-mailowo. Osoba wykonująca ten zawód prowadzi także wiele spotkań negocjacyjnych, rekrutacyjnych oraz sprzedażowych. Często musi podejmować kluczowe decyzje dotyczące sprzedaży oraz rozwiązywać ewentualne problemy.

Zagrożenia mające wpływ na bezpieczeństwo pracy człowieka

Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) podczas wykonywania swoich obowiązków narażony jest m.in. na:

- obciążenie narządu wzroku i kręgosłupa – wynikające z ciągłej pracy przy komputerze,
- choroby psychosomatyczne – spowodowane pracą pod presją czasu i w stresie,
- ryzyko wypadków komunikacyjnych – wynikające z konieczności częstych podróży służbowych i kierowania pojazdem,

- stres – w przypadku trudnych relacji z klientem czy braku realizacji oczekiwanych progów sprzedaży.

2.4. Wymagania psychofizyczne i zdrowotne

Wymagania psychofizyczne

Dla pracownika wykonującego zawód **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** ważne są:

w kategorii wymagań fizycznych

- sprawność układu mięśniowo-szkieletowego,
- zdolność do wysiłku, jakim są długie i częste podróże służbowe,
- sprawność narządów równowagi,
- sprawność narządu słuchu,
- sprawność narządu wzroku;

w kategorii sprawności sensomotorycznych

- ostrość słuchu,
- ostrość wzroku,
- rozróżnianie barw,
- koordynacja wzrokowo-ruchowa,
- zmysł równowagi,
- rozróżnianie barw;

w kategorii sprawności i zdolności

- zdolności analityczne,
- zdolności organizacyjne,
- zdolność do autoprezentacji,
- zdolność nawiązania kontaktu z ludźmi,
- zdolność skutecznego negocjowania,
- zdolność rozwiązywania problemów,
- predyspozycje do postępowania z ludźmi,
- dobra pamięć,
- koncentracja i podzielność uwagi;

w kategorii cech osobowościowych

- samodzielność,
- samokontrola,
- systematyczność,
- gotowość do tworzenia i podtrzymywania sieci kontaktów z klientami,
- odporność na stres,
- opanowanie,
- cierpliwość,
- rzetelność oraz dokładność,
- kreatywność,
- komunikatywność,
- gotowość do współdziałania,
- kontrolowanie własnych emocji,
- radzenie sobie ze stresem,
- wytrwałość,
- elastyczność i otwartość na zmiany,
- wysoka kultura osobista,

- dążenie do osiągnięcia celów,
- gotowość do ustawicznego uczenia się.

Więcej informacji znajduje się w sekcjach: 3.6. Kompetencje społeczne; 3.7. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu.

Wymagania zdrowotne

W zawodzie specjalista do **spraw kluczowych klientów (key account manager)** wymagana jest wysoka sprawność intelektualna, odporność na stres oraz ogólny dobry stan zdrowia pozwalający na pracę pod presją czasu i wykonywanie licznych podróży.

Przeciwwskazaniem do wykonywania zawodu specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) są wady wymowy oraz wady słuchu uniemożliwiające swobodną komunikację, a także wada wzroku, której nie można skorygować oraz choroby ośrodkowego układu nerwowego.

WAŻNE:

O stanie zdrowia i ewentualnych przeciwwskazaniach do wykonywania zawodu orzeka lekarz medycyny pracy.

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

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

Wykształcenie niezbędne do podjęcia pracy w zawodzie

Do podjęcia pracy w zawodzie **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** wymagane jest posiadanie minimum wykształcenia średniego. Pracodawcy jednak preferują:

- wykształcenie wyższe I lub II stopnia na kierunkach zarządzanie, ekonomia, psychologia,
- ukończenie studiów podyplomowych z zakresu: key account management, negocjacji biznesowych, zarządzania sprzedażą i wartością klienta, zarządzania zasobami ludzkimi,
- ukończenie studiów MBA⁹.

W przypadku sprzedaży wysoko wyspecjalizowanych produktów istotne jest również wykształcenie kierunkowe związane z obsługiwana branżą, np. wykształcenie wyższe techniczne w branży elektrycznej czy wyższe medyczne lub chemiczno-biologiczne w branży kosmetycznej i medycznej.

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

Zawód **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** nie jest aktualnie w Polsce regulowany przepisami prawa. Brak jest również systemu branżowych akredytacji. Nie występują specyficzne wymagania w zakresie tytułów zawodowych, kwalifikacji i uprawnień dla kandydata do pracy w tym zawodzie.

W zawodzie specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) można potwierdzić kwalifikacje w zawodzie pokrewnym technik handlowiec. Można również uzyskać certyfikaty potwierdzające kwalifikacje „Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – handlowiec” oraz „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy”, zgodnie z zasadami walidacji i certyfikacji kwalifikacji rynkowych, wprowadzonych do Zintegrowanego Rejestru Kwalifikacji.

W zawodzie specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) pomocne są:

- certyfikat znajomości języków obcych, a szczególnie języka angielskiego na poziomie min. B2¹,
- prawo jazdy kategorii B.

Preferowane są kursy i certyfikaty potwierdzające umiejętności przydatne do wykonywania powierzonych zadań, np. szkolenie key account management, kurs obsługi klienta, zarządzania zespołem, technik komunikacji, technik sprzedaży, prezentacji i wystąpień publicznych, prowadzenia negocjacji biznesowych, technik komunikacji z klientem, zarządzania projektami, zarządzania czasem, zarządzania konfliktem, w zakresie narzędzi marketingu⁷, obsługi programów pakietu aplikacji biurowych i inne.

Pracodawcy we własnym zakresie prowadzą szkolenia dla zatrudnionych osób w zawodzie specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager). Szkolenia te zwykle odnoszą się do specyfiki sprzedawanych produktów i usług oraz polityki sprzedażowej firmy.

W zawodzie specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) niezbędne jest kilkuletnie doświadczenie zawodowe w branży sprzedażowej. Szczególnie ważne są umiejętności negocjacyjne, autoprezentacyjne i interpersonalne.

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

2.6. Możliwości rozwoju zawodowego, awansu i potwierdzania kompetencji

Możliwości rozwoju zawodowego i awansu

Zawód **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** umiejscowiony jest w organizacji w strukturach działu kluczowych klientów, z reguły obejmującego od kilku do kilkunastu etatów. Możliwa ścieżka awansu uzależniona jest od czynników takich, jak:

- struktura organizacji na szczeblu krajowym, międzynarodowym czy globalnym,
- rola działu kluczowych klientów, wynikająca z udziałów w całkowitym obrocie generowanym przez organizację,
- liczby kategorii produktów w ramach profilu asortymentowego: sprzedaż asortymentu np. z branży chemicznej oraz spożywczej lub tylko w obrębie jednej z branż.

W rozbudowanych organizacjach droga awansu specjalisty do spraw kluczowych klientów (key account managera) przedstawia się następująco:

- rozpoczyna się od stanowiska key account sales representative, czyli przedstawiciela handlowego do spraw kluczowych klientów,
- nabyte umiejętności, w połączeniu z doświadczeniem oraz wiedzą, skutkują awansem na stanowisko junior key account managera, a następnie na stanowisko specjalisty do spraw kluczowych klientów (key account manager),
- w zależności od wielkości organizacji, może pojawić się kolejny szczebel awansu: stanowisko senior key account manager (starszy kierownik sprzedaży do spraw kluczowych klientów) lub coordinator key account manager (koordynator zespołu kierowników sprzedaży do spraw kluczowych klientów),
- w bardzo rozbudowanych organizacjach, np. korporacjach globalnych, istnieje możliwość awansu na stanowisko national key account manager (krajowy kierownik sprzedaży do spraw kluczowych klientów) oraz international key account manager (międzynarodowy kierownik sprzedaży do spraw kluczowych klientów).

Możliwości potwierdzania kompetencji

Obecnie (2018 r.) kompetencje przydatne do wykonywania zawodu **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** można potwierdzić:

- w ramach studiów I i II stopnia oraz studiów podyplomowych,
- w zakresie kwalifikacji AU.20 Prowadzenie sprzedaży (w zawodzie pokrewnym – szkolnym technik handlowiec), przystępując do egzaminu w Okręgowej Komisji Egzaminacyjnej.

Istnieje możliwość przystąpienia do egzaminów potwierdzających kwalifikacje rynkowe „Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – handlowiec” oraz „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy”, zgodnie z zasadami walidacji i certyfikacji kwalifikacji rynkowych, wprowadzonych do Zintegrowanego Rejestru Kwalifikacji.

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

2.7. Zawody pokrewne

Osoba zatrudniona w zawodzie **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** może rozszerzać swoje kompetencje zawodowe w zawodach pokrewnych:

Nazwa zawodu pokrewnego zgodnie z Klasyfikacją zawodów i specjalności	Kod zawodu
Kierownik do spraw sprzedaży	122102
Negocjator biznesowy	242104
Lobbysta	243202
Inżynier sprzedaży	243301
Opiekun klienta	243302
Specjalista do spraw sprzedaży	243305
Technik handlowiec ^S	522305

3. ZADANIA ZAWODOWE I WYMAGANE KOMPETENCJE

3.1. Zadania zawodowe

Pracownik w zawodzie **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** wykonuje różnorodne zadania, do których należą w szczególności:

- Z1 Opracowywanie oferty biznesowej celem pozyskania kluczowych klientów.
- Z2 Analizowanie elementów pozycji negocjacyjnej.
- Z3 Negocjowanie warunków współpracy biznesowej z kluczowym klientem.
- Z4 Przygotowywanie raportu z negocjacji.
- Z5 Obsługiwanie kluczowych klientów firmy.
- Z6 Informowanie kluczowych klientów o nowych produktach i usługach.
- Z7 Budowanie długofalowych relacji biznesowych z klientami kluczowymi.
- Z8 Planowanie procesu sprzedaży.
- Z9 Sporządzanie dokumentacji w zakresie współpracy z kluczowym klientem.

3.2. Kompetencja zawodowa Kz1: Zbieranie i analizowanie danych związanych z otoczeniem rynkowym i przedmiotem negocjacji

Kompetencja zawodowa Kz1: Zbieranie i analizowanie danych związanych z otoczeniem rynkowym i przedmiotem negocjacji obejmuje zestaw zadań zawodowych Z1, Z2, do realizacji których wymagane są odpowiednie zbiory wiedzy i umiejętności.

Z1 Opracowywanie oferty biznesowej celem pozyskania kluczowych klientów	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> • Przepisy i akty prawne związane z wykonywanym zawodem; 	<ul style="list-style-type: none"> • Tworzyć dokumenty zgodnie z obowiązującymi przepisami;

<ul style="list-style-type: none"> Regulaminy, zarządzenia, procedury obowiązujące u pracodawcy; Źródła pozyskania danych; Aspekty prawne pozyskania i wykorzystania informacji; Metody prognozowania trendów rynkowych; Metody i techniki biznesowe dostarczające wiedzy o kluczowym kliencie; Zasady przygotowania oferty biznesowej na podstawie zebranych danych; Zasady współpracy z różnymi podmiotami rynkowymi; Asortyment przedsiębiorstwa, oferowane produkty, usługi, technologie itp. 	<ul style="list-style-type: none"> Działać w oparciu o funkcjonujące w miejscu pracy procedury formalno-prawne; Wyszukiwać i utrzymywać kanały pozyskania danych rynkowych oraz wyciągać wnioski na podstawie informacji z różnych źródeł; Identyfikować trendy rynkowe; Identyfikować kluczowych klientów i ich potrzeby; Organizować i kierować pracami grup roboczych wypracowujących strategię współpracy z kluczowym klientem; Współpracować z innymi podmiotami na rynku w celu opracowywania oferty biznesowej; Posługiwać się dostępnymi narzędziami informatycznymi; Sporządzać profesjonalne oferty biznesowe.
---	--

Z2 Analizowanie elementów pozycji negocjacyjnej

WIEDZA – zna i rozumie:	UMIĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> Model biznesowy¹¹ organizacji; Strukturę rynku i grupy docelowej i kluczowych klientów; Budżet współpracy z klientem; Zasady odpowiedzialności i etyki biznesowej; Zasady negocjacji; Rolę mediatora w procesie negocjacji; Zasady organizacji pracy i zarządzania czasem; Aspekty negocjacji (prawne i biznesowe). 	<ul style="list-style-type: none"> Przygotowywać proces negocjacji zgodnie ze standardami i modelem biznesowym organizacji; Pozyskiwać informacje biznesowe o kluczowych klientach; Diagnozować prawidłowo potrzeby grupy docelowej; Zarządzać przyznanym budżetem na współpracę; Współpracować z klientem i postępować zgodnie z zasadami etycznymi; Budować i określać zadania i role poszczególnych członków zespołu negocjacyjnego; Określać warunki brzegowe i ustalać pozycję negocjacyjną; Przyjmować i wykorzystywać odpowiednią strategię w negocjacji ze zdefiniowanym klientem; Zarządzać czasem pracy; Analizować sytuację prawną stron negocjacji.

3.3. Kompetencja zawodowa Kz2: Prowadzenie procesu negocjacji z kluczowym klientem

Kompetencja zawodowa Kz2: Prowadzenie procesu negocjacji z kluczowym klientem obejmuje zestaw zadań zawodowych Z3, Z4, do realizacji których wymagane są odpowiednie zbiory wiedzy i umiejętności.

Z3 Negocjowanie warunków współpracy biznesowej z kluczowym klientem

WIEDZA – zna i rozumie:	UMIĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> Style i techniki negocjacyjne¹⁶; Zasady i techniki komunikacji interpersonalnej; 	<ul style="list-style-type: none"> Stosować i na bieżąco wykorzystywać w procesie negocjacji dostępne techniki

<ul style="list-style-type: none"> • Zasady etykiety biznesowej; • Stanowisko organizacji dotyczące negocjacji; • Przepisy prawne regulujące obszar negocjacji; • Zasady zarządzania sytuacją kryzysową. 	<p>negocjacyjne;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prowadzić negocjacje z wykorzystaniem zasad i technik komunikacji interpersonalnej (dopasowywać styl negocjacji do zaistniałych okoliczności, interpretować komunikaty drugiej strony, reagować na bieżąco na zmieniające się okoliczności w procesie negocjacji, interpretować komunikaty niewerbalne, monitorować przebieg negocjacji); • Przestrzegać zasad odpowiedniego zachowania się zgodnie z etykietą biznesową; • Przedstawiać i uzasadniać stanowisko organizacji; • Zachowywać spokój i opanowanie w sytuacjach kryzysowych.
--	--

Z4 Przygotowywanie raportu z negocjacji	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> • Techniki raportowania w biznesie; • Zasady sporządzania wyników raportów przyjęte w organizacji; • Zasady prezentacji wyników raportów; • Metody przeprowadzania analiz; • Zasady interpretowania wyników raportów oraz wnioskowania na ich podstawie; • Sposoby wykorzystania raportów do zwiększenia efektywności organizacji; • Oprogramowanie do sporządzania raportów i analiz. 	<ul style="list-style-type: none"> • Stosować odpowiednie techniki tworzenia raportów; • Przestrzegać wewnętrznych procedur i standardów organizacji w sporządzaniu raportów i analiz; • Prezentować wyniki raportów zarządowi organizacji; • Interpretować wyniki raportów; • Wykorzystywać wyniki raportów do poprawy efektywności pracy; • Przestrzegać tajemnicy wyników raportu zgodnie z procedurami organizacji; • Stosować specjalistyczne oprogramowanie do sporządzania raportów i analiz.

3.4. Kompetencja zawodowa Kz3: Obsługiwanie i budowanie relacji z kluczowymi klientami

Kompetencja zawodowa Kz3: Obsługiwanie i budowanie relacji z kluczowymi klientami obejmuje zestaw zadań zawodowych Z5, Z6, Z7, do realizacji których wymagane są odpowiednie zbiory wiedzy i umiejętności.

Z5 Obsługiwanie kluczowych klientów firmy	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> • Dokumentację techniczną oferowanych produktów lub usług; • Zasady i przepisy dotyczące przyjmowania i sporządzania reklamacji oraz procedury działania w przypadku wykrycia wadliwych produktów czy usług; • Zasady dotyczące współpracy z kluczowym klientem; • Zasady psychologii sprzedaży; 	<ul style="list-style-type: none"> • Analizować dokumentację techniczną produktów lub usług; • Rozpatrywać reklamacje, analizując ich ilość i zasadność; • Monitorować współpracę z klientem; • Stosować empatyczny model komunikacji w relacjach z klientem; • Analizować i raportować wyniki pracy działu sprzedaży.

<ul style="list-style-type: none"> Oczekiwania organizacji dotyczące wyników pracy działu sprzedaży. 	
---	--

Z6 Informowanie kluczowych klientów o nowych produktach i usługach

WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> Metody analizy potrzeb i preferencji kluczowych klientów; Zasady przygotowywania oferty handlowej w organizacji; Nowe marki i produkty firmy; Zasady utrzymywania dobrych relacji z kluczowymi klientami; Instrumenty wchodzące w skład <u>marketing mix</u>⁸ oraz <u>promocja mix</u>¹³. 	<ul style="list-style-type: none"> Analizować na bieżąco potrzeby i preferencje kluczowych klientów; Przygotowywać i prezentować ofertę handlową organizacji; Wprowadzać nowe marki firmy do asortymentu klienta; Budować i utrzymywać relacje z kluczowymi klientami, m.in. uczestniczyć w wydarzeniach branżowych (targach, wystawach, spotkaniach integracyjnych); Wykorzystywać instrumenty wchodzące w skład marketing mix oraz promocja mix.

Z7 Budowanie długofalowych relacji biznesowych z klientami kluczowymi

WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> Warunki współpracy z klientami; Plany sprzedażowe i procedury działania organizacji; Zasady budowania i utrzymywania długotrwałych pozytywnych relacji z klientami; Metody analizy danych; Zasady ochrony danych osobowych. 	<ul style="list-style-type: none"> Dostosowywać swoje działania do warunków współpracy z klientami; Realizować założenia dotyczące planów sprzedażowych; Budować i utrzymywać pożądane i długotrwałe relacje z klientem biznesowym; Interpretować prawidłowo wyniki analiz biznesowych i wykorzystywać ich wyniki do przygotowywania oferty biznesowej; Stosować zasady ochrony danych osobowych.

3.5. Kompetencja zawodowa Kz4: Sporządzanie raportów i analiz dotyczących obsługi kluczowych klientów

Kompetencja zawodowa Kz4: Sporządzanie raportów i analiz dotyczących obsługi kluczowych klientów obejmuje zestaw zadań zawodowych Z8, Z9, do realizacji których wymagane są odpowiednie zbiory wiedzy i umiejętności.

Z8 Planowanie procesu sprzedaży

WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> Metody analizy otoczenia konkurencyjnego; Metody prognozowania w biznesie; Metody analizy zachowań konsumentów i trendów rynkowych; Mechanizmy i zasady budowy strategii sprzedażowej. 	<ul style="list-style-type: none"> Szacować atrakcyjność i perspektywy rozwojowe otoczenia konkurencyjnego organizacji; Dostosować swoje działania do prognoz biznesowych, w tym reagować na zmieniającą się sytuację rynkową; Interpretować wyniki analizy trendów rynkowych i zachowań konsumentów; Sporządzać plany i strategie dotyczące sprzedaży produktów i usług.

Z9 Sporządzanie dokumentacji w zakresie współpracy z kluczowym klientem	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> • Zasady sporządzania raportów sprzedaży; • Zasady sporządzania analiz finansowych i analiz rentowności; • Zasady planowania budżetu współpracy z klientem; • Wymagania i standardy dotyczące organizacji spotkań i prezentacji dla zarządu dotyczących wyników współpracy z klientami. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sporządzać cykliczne raporty sprzedaży produktów/usług firmy; • Sporządzać analizy finansowe i analizy rentowności współpracy z klientem; • Przygotowywać propozycje budżetów współpracy z klientami; • Organizować cykliczne prezentacje dla zarządu organizacji dotyczące współpracy z klientami.

3.6. Kompetencje społeczne

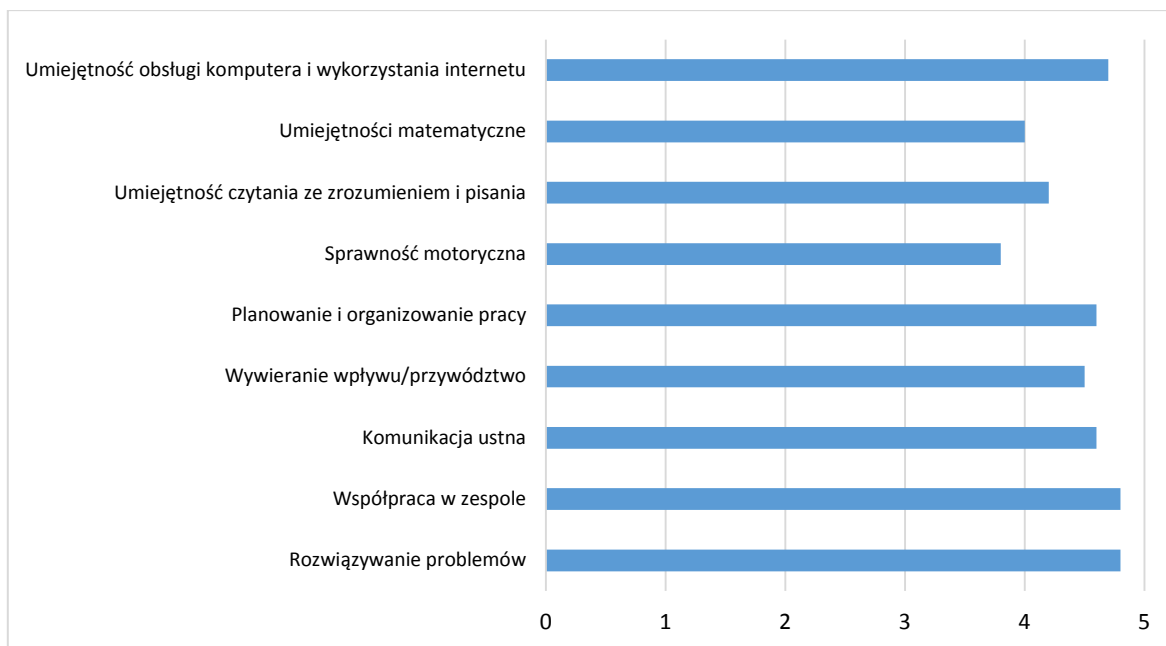
Pracownik w zawodzie **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** powinien posiadać kompetencje społeczne niezbędne do prawidłowego i skutecznego wykonywania zadań zawodowych.

W szczególności pracownik jest gotów do:

- Ponoszenia odpowiedzialności za realizację zadań zawodowych, w tym za procesu negocjacji i obsługi kluczowego klienta oraz za skutki swoich decyzji.
- Nawiązywania i utrzymywania kontaktów z kluczowymi klientami.
Przestrzegania zasad lojalności wobec pracodawcy oraz współpracowników.
- Działania w ramach zespołu oraz współdziałania z innymi osobami i zespołami.
- Kontrolowania jakości wykonywania zadań podległych pracownikom i przyjmowania odpowiedzialności związanej z kierowaniem małymi zespołami pracowniczymi.
- Oceniania własnych działań w procesie negocjacji i obsługi kluczowego klienta.
- Dostosowywania zachowania do okoliczności występujących w procesie negocjacji.
- Rozwiązywania sytuacji kryzysowych pojawiających się we współpracy z kluczowym klientem.
- Postępowania etycznego w negocjacji i w obsłudze kluczowego klienta.
- Podnoszenia własnych kompetencji zawodowych w zakresie procesu negocjacji i obsługi kluczowych klientów.

3.7. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu

Pracownik powinien mieć zdolność właściwego wykonywania zadań zawodowych i predyspozycje do rozwoju zawodowego. Dlatego wymaga się od niego odpowiednich kompetencji kluczowych. Zostały one zilustrowane w formie profilu (rys. 1) ukazującego wagę kompetencji kluczowych dla zawodu **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)**.



Rys. 1. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)**

Uwaga:

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

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

Kompetencje zawodowe pracownika w zawodzie **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** nawiązują do opisów poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji.

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

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

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

4.1. Możliwości podjęcia pracy w zawodzie

W ostatnich latach obserwuje się w Polsce dynamiczny rozwój firm produkcyjno-handlowych i dużych sieci handlowych. Proces ten spowodował rosnące z roku na rok zapotrzebowanie rynku na **specjalistów do spraw kluczowych klientów (key account managerów)**.

Obecnie (2018 r.) każdego dnia na portalach związanych z pracą ukazuje się blisko 500 ofert zatrudnienia dla specjalistów do spraw kluczowych klientów (key account managerów).

Zapotrzebowanie na zawód specjalisty do spraw kluczowych klientów jest jednak w skali kraju zrównoważone, czyli liczba ofert pracy jest zbliżona do liczby osób zainteresowanych podjęciem pracy w tym zawodzie.

Specjaliści do spraw kluczowych klientów (key account managerowie) poszukiwani są głównie w firmach handlowo-produkcyjnych z branży:

- FMCG³,
- DIY²,
- motoryzacyjnej,
- RTV/AGD,
- farmaceutycznej,
- budowlanej,

a także w firmach oferujących swoje usługi w branżach:

- IT⁴,
- TSL¹⁷,
- medycznych,
- sektorze bankowym oraz ubezpieczeniowym,
- sektorze funduszy pożyczkowych,
- firmach szkoleniowo-doradczych, jako wykładowcy prowadzący specjalistyczne kursy i szkolenia.

WAŻNE:

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

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

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

Polecane źródła danych [dostęp: 31.10.2018]:

Ranking (monitoring) zawodów deficytowych i nadwyżkowych:

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

<https://www.gov.pl/web/rodzina/zawody-deficytowe-zrownowazone-i-nadwyzkowe>

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

Wojewódzkie obserwatoria rynku pracy:

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

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

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

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

Pomorskie – <http://www.porp.pl>

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

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

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

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

Zielona Linia. Centrum Informacyjne Służb Zatrudnienia:

<http://zielonalinia.gov.pl>

Portal Prognozowanie Zatrudnienia:

www.prognozowaniezatrudnienia.pl

Portal EU Skills Panorama:

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

Europejski portal mobilności zawodowej EURES:

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

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

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

Kształcenie

Obecnie (2018 r.) w ramach systemu edukacji zawodowej w Polsce nie prowadzi się kształcenia w zawodzie **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)**.

Kształcenie w zawodzie pokrewnym technik handlowiec oferują branżowe szkoły II stopnia i technika. Natomiast kwalifikacyjne kursy zawodowe (dla osób dorosłych) w tym zawodzie mogą prowadzić:

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

Kwalifikacje właściwe dla tego zawodu potwierdzają (również w trybie eksternistycznym) Okręgowe Komisje Egzaminacyjne.

Kształcenie umożliwiające wykonywanie zawodu specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) oferują również uczelnie wyższe, np. na kierunkach ekonomicznych lub psychologiczno-społecznych. Preferowane jest także ukończenie studiów podyplomowych na kierunkach m.in. z zakresu: negocjacji biznesowych, zarządzania sprzedażą i wartością klienta, key account management, zarządzania zasobami ludzkimi.

Istnieje również możliwość przystąpienia do egzaminów potwierdzających kwalifikacje rynkowe: „Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – handlowiec” oraz „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy”, wprowadzone do Zintegrowanego Rejestru Kwalifikacji, zgodnie z zasadami walidacji i certyfikacji, prowadzonych przez instytucje uprawnione do nadawania tych kwalifikacji.

Szkolenie

Pracodawcy we własnym zakresie prowadzą szkolenia dla zatrudnionych osób w zawodzie **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)**. Szkolenia te zwykle odnoszą się do specyfiki sprzedawanych produktów i usług oraz polityki sprzedażowej firmy.

Na rynku funkcjonują także instytucje i firmy komercyjne, które prowadzą profesjonalne kursy menedżerskie, szkolenia i warsztaty biznesowe z zakresu key account management. Szkolenia te służą dostarczaniu i pogłębianiu wiedzy z zakresu budowania relacji z klientem kluczowym oraz zasad negocjacji. Najbardziej popularne na rynku tematy szkoleń w tej dziedzinie to:

- prowadzenie negocjacji biznesowych,
- techniki sprzedaży,
- zarządzanie zespołem ludzkim,
- techniki komunikacji,
- zasady prezentacji i wystąpień publicznych,
- zarządzanie projektami,
- zarządzanie czasem,
- zarządzanie konfliktem.

Organizatorzy tych szkoleń poświadczają uzyskane przez uczestników kompetencje stosownymi certyfikatami/zaświadczeniami.

WAŻNE:

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

Polecane źródła danych [dostęp: 31.10.2018]:

Szkolnictwo wyższe:

www.wybiezstudia.nauka.gov.pl

Szkolnictwo zawodowe:

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

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

<https://zrp.pl>

Szkolenia zawodowe:

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

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

Inne źródła danych:

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

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

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

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

4.3. Zarobki osób wykonujących dany zawód/daną grupę zawodów

Obecnie (2018 r.) wynagrodzenie w zawodzie **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** mieści się z reguły w przedziale od 6260 zł do 12 100 zł brutto miesięcznie, wliczając w to premię. Średnia zarobków w tym zawodzie wynosi ok. 8900 zł brutto (mediana).

Wynagrodzenie specjalisty do spraw kluczowych klientów (key account managera) składa się najczęściej z:

- wynagrodzenia podstawowego stałego (zazwyczaj jest to 30-40% całości wynagrodzenia),
- premii sprzedażowej (wysokość premii zależy od osiąganych wyników sprzedażowych, liczby pozyskanych klientów kluczowych i utrzymywania korzystnych relacji biznesowych z już pozyskanymi).

Poziom wynagrodzenia uzależniony jest także m.in. od:

- wielkości firmy i jej kapitału,
- wykształcenia,
- stażu pracy,
- regionu zatrudnienia.

Wynagrodzenie jest zdecydowanie wyższe w dużych aglomeracjach.

Obecnie (2018 r.) zawód specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) znajduje się w pierwszej 10 najlepiej opłacanych zawodów w Polsce.

WAŻNE:

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

Polecane źródła danych [dostęp: 31.10.2018]:

Wynagrodzenie w Polsce według danych GUS:

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

Przykładowe portale informujące o zarobkach:

<https://wynagrodzenia.pl/gus>

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

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

<https://zarobki.pracuj.pl>

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

4.4. Możliwości zatrudnienia osób niepełnosprawnych w zawodzie

W zawodzie **specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager)** możliwe jest zatrudnienie osób z niepełnosprawnościami.

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

- z niewielką dysfunkcją kończyn górnych (05-R), która nie wyklucza pracy przy komputerze; wymagane jest wówczas dostosowanie sprzętu komputerowego,
- z niewielką dysfunkcją kończyn dolnych (05-R), wymagane jest wówczas wyposażenie stanowiska w uchwyty, poręcze, regulowaną wysokość krzesła, podnóżka i inne udogodnienia,
- z wadami i dysfunkcją wzroku (04-O), w przypadku możliwości skorygowania ich szklami optycznymi lub soczewkami kontaktowymi,
- z dysfunkcją narządu słuchu (03-L), pod warunkiem, że niepełnosprawność ta jest możliwa do skorygowania za pomocą implantów lub aparatów słuchowych,
- innymi rodzajami niepełnosprawności wynikającymi z chorób układu krążenia, oddechowego, pokarmowego, moczowo-płciowego i in. – pod warunkiem, że praca nie wymaga znacznego wysiłku fizycznego oraz/lub jest zorganizowana w taki sposób, aby pracownik miał możliwość regularnego przyjmowania leków i dokonywania niezbędnych zabiegów pielęgnacyjno-medycznych (np. zastrzyków insulinowych).

WAŻNE:

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

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

Europejska klasyfikacja umiejętności/kompetencji, kwalifikacji i zawodów (European Skills/Competences, Qualifications and Occupations – ESCO) jest narzędziem łączącym rynek edukacji z rynkiem pracy. ESCO jest częścią strategii „Europa 2020”. W klasyfikacji określono i uszeregowano umiejętności, kompetencje, kwalifikacje i zawody istotne dla unijnego rynku pracy oraz kształcenia i szkolenia. Tworzenie europejskiego rynku pracy, a w przyszłości wspólnego obszaru kształcenia ustawicznego wymaga, aby zdobywane przez jednostki umiejętności oraz kwalifikacje były zrozumiałe oraz łatwo porównywalne między krajami, a także – by promowały mobilność wśród pracowników.

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

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

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

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

6. ŹRÓDŁA DODATKOWYCH INFORMACJI O ZAWODZIE

Podstawowe regulacje prawne:

Stan prawny na dzień: 31.10.2018 r.

- Ustawa z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. poz. 1000, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 14 grudnia 2016 r. – Prawo oświatowe (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 996, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 986, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 20 kwietnia 2004 r. o promocji zatrudnienia i instytucjach rynku pracy (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1265, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (t.j. Dz. U. z 2017 r. poz. 1577, z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 1025, z późn. zm.).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 18 sierpnia 2017 r. w sprawie szczegółowych warunków i sposobu przeprowadzania egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie (Dz. U. poz. 1663).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 31 marca 2017 r. w sprawie podstawy programowej kształcenia w zawodach (Dz. U. poz. 860, z późn. zm.).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 13 marca 2017 r. w sprawie klasyfikacji zawodów szkolnictwa zawodowego (Dz. U. poz. 622, z późn. zm.).
- Rozporządzenie Ministra Edukacji Narodowej z dnia 13 kwietnia 2016 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym – poziomy 1–8 (Dz. U. poz. 537).
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 227).
- Obwieszczenie Ministra Przedsiębiorczości i Technologii z dnia 6 grudnia 2018 r. w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (M.P. poz. 1243, uwaga: opublikowano w 20 grudnia 2018 r.)
- Obwieszczenie Ministra Przedsiębiorczości i Technologii z dnia 6 grudnia 2018 r. w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – handlowiec” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji (M.P. poz. 1240, uwaga: opublikowano w 19 grudnia 2018 r.)

Literatura branżowa:

- Brdulak H., Brdulak J.: Negocjacje handlowe. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2000.
- Burnett K.: Relacje z kluczowymi klientami, analiza i zarządzanie. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2002.
- Churchill G.: Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne. PWN, Warszawa 2002.
- Drab A.: Merchandising: geneza, typologia i definicje. Zeszyty Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Pragmata Tes Oikonomias. Nr 4, 2010.
- Harvard Business Review: Strategiczne zarządzanie sprzedażą. Wydawnictwo Helion, Gliwice 2008.
- Kałucki K.: Key account manager. Difin, Warszawa 2015.
- Keller K.L.: Strategiczne zarządzanie marką. Kapitał marki – budowanie, mierzenie i zarządzanie marką. Wolters Kluwer, Warszawa 2015.
- Kendik M.: Negocjacje międzynarodowe. Difin, Warszawa 2009.

- Rosell L.: Techniki sprzedaży. O sztuce sprzedawania. Wydawnictwo BL Info Polska, Gdańsk 2005.
- Tracy B.: Psychologia sprzedaży. Wydawnictwo MT Biznes, Warszawa 2012.
- Winch A., Winch S.: Techniki sprzedaży i negocjacji. Difin, Warszawa 2004.
- Zych R.: Lider sprzedaży. Jak angażować handlowców w aktywną sprzedaż. Wydawnictwo Helion, Gliwice 2015.

Zasoby internetowe [dostęp: 31.10.2018]:

- Baza danych standardów kwalifikacji/kompetencji zawodowych i modułowych programów szkoleń: <ftp://kwalifikacje.praca.gov.pl>
- Kierownik do spraw kluczowego klienta: <http://nf.pl/manager/kierownik-ds-kluczowego-klienta,,12313,147>
- Kwalifikacja „Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy” w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji: <https://rejestr.kwalifikacje.gov.pl/frontend/index.php?r=kwalifikacja%2Fview&id=12637>
- Kwalifikacja „Tworzenie oferty, planowanie i prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – handlowiec” w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji: <https://rejestr.kwalifikacje.gov.pl/frontend/index.php?r=kwalifikacja/view&id=12640>
- Najważniejsi klienci, czyli Key Account Management w praktyce: <https://docplayer.pl/53205163-Najwazniejsi-klienci-czyli-key-account-management-w-praktyce.html>
- Poradnik Key Account Managera: https://www.brightfuture.pl/artykuly/poradnik%20KAM_short.pdf
- Portal Asystent BHP: <https://asystentbhp.pl>
- Projekt Zintegrowany System Kwalifikacji: <http://kwalifikacje.edu.pl>
- Słownik stanowisk pracy – Kierownik do spraw kluczowych klientów: <http://praca.money.pl/slownik-stanowisk-pracy/kierownik-ds-kluczowych-klientow- t2e25.html>
- Standardy orzecznictwa lekarskiego ZUS: <http://www.zus.pl/lekarze/publikacje/standardy-orzecznictwa-lekarskiego-zus>
- Poradnik: www.praca.pl/poradniki/lista-stanowisk/sprzedaz-obsługa-klienta/specjalista-ds-kluczowych-klientow_pr-717.html
- Wyszukiwarka opisów zawodów: <http://psz.praca.gov.pl/rynek-pracy/bazy-danych/klasyfikacja-zawodow-i-specjalnosci/wyszukiwarka-opisow-zawodow>

7. SŁOWNIK POJĘĆ

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

Nazwa pojęcia	Definicja pojęcia
Awans zawodowy	Wyróżnia się dwa podstawowe rodzaje awansu – pionowy oraz poziomy. Awans pionowy oznacza zmianę stanowiska na wyższe w hierarchii przedsiębiorstwa/organizacji oraz przyznanie wyższego wynagrodzenia i poszerzenie uprawnień, np. awans polegający na osiągnięciu wyższego stopnia wymagań formalnych w policji, w wojsku, mianowanie na wyższy stopień – awans nauczycielski. Awans poziomy oznacza zmianę stanowiska niepociągającą za sobą zmiany pozycji pracownika w hierarchii firmy, np. objęcie dodatkowego stanowiska przez pracownika, powierzenie nowych zadań, rozszerzenie uprawnień i zakresu podejmowanych decyzji.
Czynności zawodowe	Są to działania podejmowane w ramach zadania zawodowego i dające efekt w postaci realizacji celu przewidzianego w zadaniu zawodowym.
Edukacja formalna	Kształcenie realizowane przez publiczne i niepubliczne szkoły oraz inne podmioty systemu oświaty, uczelnie oraz inne podmioty systemu szkolnictwa wyższego w ramach programów, które prowadzą do uzyskania kwalifikacji pełnych oraz kwalifikacji nadawanych po ukończeniu studiów podyplomowych (zgodnie z ustawą Prawo o szkolnictwie wyższym) albo kwalifikacje w zawodzie (zgodnie z przepisami oświatowymi).

Edukacja pozaformalna	Kształcenie i szkolenie realizowane w ramach programów, które nie prowadzą do uzyskania kwalifikacji pełnych lub kwalifikacji właściwych dla edukacji formalnej.
Efekty uczenia się	Wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne nabyte w procesie uczenia się (w ramach edukacji formalnej, edukacji pozaformalnej lub poprzez uczenie się nieformalne).
Europejskie Ramy Kwalifikacji (ERK)	Przyjęta w Unii Europejskiej struktura i opis poziomów kwalifikacji umożliwiające porównanie kwalifikacji uzyskiwanych w różnych państwach. W ERK wyróżniono 8 poziomów kwalifikacji opisywanych za pomocą efektów uczenia się (wiedza, umiejętności i kompetencje). ERK stanowi układ odniesienia do krajowych ram kwalifikacji, w tym do PRK.
Kody niepełnosprawności	Są symbolami rodzaju schorzenia, które ma decydujący wpływ na to, do jakich prac osoba niepełnosprawna może być kierowana, a do jakich nie powinna ze względu na jej zdrowie i skuteczność pracy na danym stanowisku. Podstawowe kody niepełnosprawności: 01-U upośledzenie umysłowe, 02-P choroby psychiczne, 03-L zaburzenia głosu, mowy i choroby słuchu, 04-O choroby narządu wzroku, 05-R upośledzenie narządu ruchu, 06-E epilepsja, 07-S choroby układu oddechowego i krążenia, 08-T choroby układu pokarmowego, 09-M choroby układu moczowo-płciowego, 10-N choroby neurologiczne, 11-I inne, w tym schorzenia: endokrynologiczne, metaboliczne, zaburzenia enzymatyczne, choroby zakaźne i odzwierzęce, zeszpecenia, choroby układu krwiotwórczego, 12-C całościowe zaburzenia rozwojowe.
Kompetencje społeczne	Jest to rozwinięta w toku uczenia się zdolność kształtowania własnego rozwoju oraz autonomicznego i odpowiedzialnego uczestniczenia w życiu zawodowym i społecznym, z uwzględnieniem etycznego kontekstu własnego postępowania.
Kompetencje kluczowe	Są to kompetencje (połączenie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych) integracji społecznej i zatrudnienia potrzebne w życiu zawodowym i pozazawodowym oraz do bycia aktywnym obywatelem. Na potrzeby opracowania informacji o zawodach wyróżniono 9 kompetencji, które zostały wybrane i pogrupowane ze zbioru 15 kompetencji kluczowych wyodrębnionych w Międzynarodowym Badaniu Kompetencji Osób Dorosłych – Projekt PIAAC prowadzonym cyklicznie przez OECD.
Kompetencja zawodowa	Jest to układ wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych niezbędnych do wykonywania, w ramach wydzielonego zakresu pracy w zawodzie zestawu zadań zawodowych. Posiadanie jednej lub kilku kompetencji zawodowych powinno umożliwić zatrudnienie na co najmniej jednym stanowisku pracy w zawodzie.
Kwalifikacja	Oznacza zestaw efektów uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych nabytych w edukacji formalnej, edukacji pozaformalnej lub poprzez uczenie się nieformalne, zgodnych z ustalonymi dla danej kwalifikacji wymaganiami, których osiągnięcie zostało sprawdzone w procesie walidacji oraz formalnie potwierdzone przez uprawniony podmiot certyfikujący. W Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji wyodrębniono 4 rodzaje kwalifikacji: pełne, częściowe, rynkowe i uregulowane.
Polska Rama Kwalifikacji (PRK)	Opis ośmiu wyodrębnionych w Polsce poziomów kwalifikacji odpowiadających odpowiednim poziomom Europejskich Ram Kwalifikacji sformułowany za pomocą ogólnych charakterystyk efektów uczenia się dla kwalifikacji na poszczególnych poziomach ujętych w kategoriach wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych.
Potwierdzanie kompetencji	Jest to proces polegający na sprawdzeniu, czy kompetencje wymagane dla danej kwalifikacji zostały osiągnięte. Terminy o podobnym znaczeniu: „walidacja”, „egzaminowanie”. Proces ten prowadzi do certyfikacji – wydania przez upoważnioną instytucję „dyplomu”, „świadectwa”, „certyfikatu”.
Sektorowa Rama Kwalifikacji (SRK)	Opis poziomów kwalifikacji funkcjonujących w danym sektorze lub branży; poziomy Sektorowych Ram Kwalifikacji odpowiadają odpowiednim poziomom Polskiej Ramy Kwalifikacji.
Sprawności sensomotoryczne	Są to sprawności związane z funkcjonowaniem narządów zmysłów (wzroku, słuchu, smaku, powonienia, dotyku) oraz narządu ruchu (sprawność rąk, precyzja ruchów rąk, sprawność nóg, koordynacja wzrokowo-ruchowa itp.).

Stanowisko pracy	Jest to miejsce pracy w strukturze organizacyjnej, np. przedsiębiorstwa, instytucji, organizacji, w ramach którego pracownik wykonuje zadania zawodowe stale lub okresowo. Do prawidłowego wykonywania zadań na danym stanowisku pracy konieczne jest posiadanie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych właściwych dla kompetencji zawodowych wyodrębnionych w zawodzie.
Tytuł zawodowy	Jest przyznawany osobie, która udowodniła, że posiada określony zasób wiedzy i umiejętności potrzebny do wykonywania danego zawodu. W niektórych grupach zawodowych (technicy, lekarze, rzemieślnicy) istnieją ustawowo zadekretowane nazwy i hierarchie tych tytułów, podczas gdy w innych nie ma takich systemów. Przykładowo tytuły zawodowe uzyskiwane w szkołach i placówkach oświaty to: robotnik wykwalifikowany i technik, w rzemiośle: uczeń, czeladnik, mistrz, w kulturze fizycznej: trener, instruktor, menedżer sportu.
Umiejętności	Jest to przyswojona w procesie uczenia się zdolność do wykonywania zadań i rozwiązywania problemów właściwych dla dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej.
Uprawnienia zawodowe	Oznaczają posiadanie prawa do wykonywania czynności zawodowych (zawodu), do których dostęp jest ograniczony poprzez przepisy prawne przewidujące konieczność posiadania odpowiedniego wykształcenia, spełnienia wymagań kwalifikacyjnych lub innych dodatkowych wymagań.
Uczenie się nieformalne	Uzyskiwanie efektów uczenia się poprzez różnego rodzaju aktywność poza edukacją formalną i edukacją pozaformalną, w tym poprzez samouczenie się i doświadczenie uzyskane w pracy.
Walidacja	Oznacza sprawdzenie, czy osoba ubiegająca się o nadanie określonej kwalifikacji, niezależnie od sposobu uczenia się (edukacja formalna, pozaformalna i uczenie się nieformalne) tej osoby, osiągnęła wyodrębnioną część lub całość efektów uczenia się wymaganych dla tej kwalifikacji.
Wiedza	Jest to zbiór opisów obiektów i faktów, zasad, teorii oraz praktyk przyswojonych w procesie uczenia się, odnoszących się do dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej.
Wykształcenie	Oznacza rezultat procesu kształcenia w zakresie ogólnym i specjalistycznym charakteryzowany na podstawie: <ul style="list-style-type: none"> – poziomu wykształcenia odpowiadającego poziomowi ukończonej szkoły (np. wykształcenie: podstawowe, gimnazjalne, ponadpodstawowe, ponadgimnazjalne, czeladnicze, policealne, wyższe (pierwszy, drugi i trzeci stopień), – profilu wykształcenia (ukończonej szkoły) lub dziedziny wykształcenia (kierunek lub kierunek i specjalność ukończonej szkoły wyższej lub wyższej szkoły zawodowej).
Zadanie zawodowe	Jest to logiczny wycinek lub etap pracy w ramach zawodu o wyraźnie określonym początku i końcu wykonywany na stanowisku pracy. Na zadanie zawodowe składa się układ czynności zawodowych powiązanych jednym celem, kończący się określonym wytworem, usługą lub istotną decyzją. W wyniku podziału pracy każdy zawód różni się wykonywanymi zadaniami, na które składają się czynności zawodowe.
Zawód	Jest to zbiór zadań zawodowych wyodrębnionych w wyniku społecznego podziału pracy, wykonywanych przez poszczególne osoby i wymagających odpowiednich kwalifikacji i kompetencji (wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych), zdobytych w wyniku kształcenia lub praktyki. Wykonywanie zawodu stanowi źródło utrzymania.
Zintegrowany System Kwalifikacji (ZSK)	Wyodrębniona część Krajowego Systemu Kwalifikacji, w której obowiązują określone w ustawie standardy opisywania kwalifikacji oraz przypisywania poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji do kwalifikacji, zasady włączania kwalifikacji do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji i ich ewidencjonowania w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji (ZRK), a także zasady i standardy certyfikowania kwalifikacji oraz zapewniania jakości nadawania kwalifikacji. Informacje o ZSK są dostępne pod adresem: https://kwalifikacje.gov.pl
Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji (ZRK)	Rejestr publiczny prowadzony w systemie teleinformatycznym ewidencjonujący kwalifikacje włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Informacje o ZRK są dostępne pod adresem: https://rejestr.kwalifikacje.gov.pl

7.2. Definicje związane z wykonywaniem zawodu (branżowe)

Lp.	Nazwa pojęcia	Definicja	Źródło
1	B2	Poziom znajomości języka obcego: B2 prezentują osoby posługujące się językiem obcym w stopniu średniozaawansowanym. Potrafią one swobodnie komunikować się z rodzimymi użytkownikami danego języka obcego.	https://www.britishcouncil.pl/angielski/poziomy-dorosli/b2 [dostęp: 31.10.2018]
2	DIY (ang. Do It Yourself)	Rynek obejmujący produkty niezbędne do budowy oraz remontu, produkty dekoracyjne, artykuły ogrodowe oraz narzędzia.	https://www.pmrcr.com/kolejny-dobry-rok-dla-artykulow-diy-w-polsce-wzrost-rynku-oponad-5-w-2017 [dostęp: 31.10.2018]
3	FMCG (ang. fast-moving consumer goods)	Produkty szybkozbywalne, sprzedawane w dużych ilościach i niewysokich cenach; przede wszystkim artykuły spożywcze i napoje.	https://mfiles.pl/pl/index.php/FMCG [dostęp: 31.10.2018]
4	IT (ang. Information Technology)	Dziedzina wiedzy integrująca różne technologie (sprzęt komputerowy, oprogramowanie, telekomunikację, teleinformatykę) służące pozyskiwaniu informacji, selekcjonowaniu jej, analizowaniu, przetwarzaniu, przechowywaniu, zarządzaniu oraz przekazywaniu innym.	http://zasoby.open.agh.edu.pl/~08pdiakow/indexb0c5.html?q=node/37 [dostęp: 31.10.2018]
5	Klient	Podmiot dokonujący zakupu dobra na rzecz własnej konsumpcji lub w celu dalszej dystrybucji, oraz nabywający prawa do jej własności. Klientem są nie tylko osoby fizyczne, ale także osoby prawne i jednostki administracji publicznej, dokonujące zakupów towarów i usług oferowanych na rynku.	https://mfiles.pl/pl/index.php/Klient [dostęp: 31.10.2018]
6	Klient kluczowy	Klient przynoszący firmie duży dochód lub mający odpowiedni potencjał, by stać się takim w przyszłości. Do tej kategorii przynależą także ci, którzy są strategicznie ważni dla firmy np. wpływają korzystnie (uwiarygodniając) na pozyskiwanie nowych klientów. Wymaga indywidualnego traktowania, dostosowywania się do jego potrzeb i oczekiwań. W efekcie dobrej obsługi przynoszą zamówienia o wysokiej wartości.	http://kierownik-kuczowych-klientow.pracodawca.pl/tag/informacje [dostęp: 31.10.2018]
7	Marketing	Sposób działania i zarządzania w firmie zorientowany na rynek i klienta. Są to wszelkie czynności wspierające sprzedaż wyrobów i usług, wykonywane różnymi metodami, technikami oddziaływania na nabywcę.	https://mfiles.pl/pl/index.php/Definicja_marketingu [dostęp: 31.10.2018]
8	Marketing mix	Obszerna kategoria wzajemnie ze sobą powiązanych elementów wykorzystywanych w przedsiębiorstwie i tworzących wspólnie system oddziaływania na otoczenie rynkowe przedsiębiorstwa. Najbardziej popularna koncepcja to 4P (Produkt, Cena, Dystrybucja, Promocja).	https://mfiles.pl/pl/index.php/Marketing_mix [dostęp: 31.10.2018]
9	MBA (ang. Master of Business Administration)	Elitarne studia ukierunkowane na szeroko rozumiany rozwój kompetencji biznesowych niezbędnych do skutecznego i efektywnego zarządzania.	https://www.wsb.pl/gdansk/kandydaci/studia-mba [dostęp: 31.10.2018]

10	Merchandise	Koncentruje się na takich sposobach prezentacji (ekspozycji) towarów, by skłonić optymalną liczbę nabywców do podjęcia ostatecznej decyzji zakupowej z korzyścią dla obydwu stron transakcji.	Drab A.: Merchandising: geneza, typologia i definicje. Zeszyty Naukowe Instytutu Zarządzania i Marketingu Akademii im. Jana Długosza w Częstochowie. Pragmata Tes Oikonomias. Nr 4, 2010
11	Model biznesowy	Opis sposobu działania firmy – plan, który tworzy przedsiębiorstwo w celu wygenerowania przychodu i maksymalizacji zysku operacyjnego. Określa relacje pomiędzy uczestnikami rynku, informuje jak przedsiębiorstwo działa, tj. w jaki sposób tworzy wartość dla klientów, towary i usługi oraz z czego czerpie zyski.	https://mfiles.pl/pl/index.php/Model_biznesowy [dostęp: 31.10.2018]
12	Plan sprzedaży	Prognoza poziomu sprzedaży i przychodów w firmie w określonej jednostce czasu. Określa m.in. rynki, grupę docelową klientów, produkty.	https://mfiles.pl/pl/index.php/Planowanie_sprzeda%C5%BCy [dostęp: 31.10.2018]
13	Promocja mix	Kompozycja metod i zabiegów w celu uzyskania pozytywnej opinii dla wizerunku i działań przedsiębiorstwa, składająca się z: reklamy, aktywizacji sprzedaży, merchandisingu, sprzedaży bezpośredniej, sponsoringu i public relations.	Sztucki T.: Promocja. Sztuka pozyskiwania nabywców. Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1999
14	Raport marketingowy	Regularny, obiektywny i celowy proces pozyskiwania, analizowania oraz interpretowania informacji niezbędnych do podejmowania określonych decyzji marketingowych.	Churchill G.: Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne. PWN, Warszawa 2002
15	Strategia sprzedaży	Całościowy plan działań odnoszący się do sprzedaży i dystrybucji produktu bądź usługi.	Keller K.L.: Strategiczne Zarządzanie Marką. Kapitał marki – budowanie, mierzenie i zarządzanie marką. Wolters Kluwer, Warszawa 2015
16	Techniki negocjacyjne	Metody używane przez negocjatorów, mające na celu uzyskanie przewagi nad pozostałymi stronami negocjacji lub ułatwiające osiągnięcie porozumienia w negocjacjach.	http://www.negocjowaniewbiznesie.pl/sownik-pojec-negocjacyjnych-negotiation-dictionary [dostęp: 31.10.2018]
17	TSL (Transport, Spedycja, Logistyka)	Zespół metod łączących działania z zakresu transportu, spedycji i logistyki w jedną spójną całość.	https://blogtransportspedycja.wordpress.com/2016/03/29/czym-jest-tsl [dostęp: 31.10.2018]

ZASTOSOWANIE INFORMACJI O ZAWODACH

Wsparcie dla pracowników i klientów instytucji rynku pracy w zakresie:

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

Wsparcie dla różnych grup interesariuszy w zakresie:

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