



MONITOR POLSKI

DZIENNIK URZĘDOWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Warszawa, dnia 17 listopada 2023 r.

Poz. 1247

**OBWIESZCZENIE
MINISTRA ROZWOJU I TECHNOLOGII¹⁾**

z dnia 13 listopada 2023 r.

**w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe”
do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji**

Na podstawie art. 25 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2020 r. poz. 226 oraz z 2023 r. poz. 2005) ogłasza się w załączniku do niniejszego obwieszczenia informacje o włączeniu kwalifikacji rynkowej „Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Minister Rozwoju i Technologii: *W. Buda*

¹⁾ Minister Rozwoju i Technologii kieruje działem administracji rządowej – gospodarka, na podstawie § 1 ust. 2 pkt 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 15 kwietnia 2022 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Rozwoju i Technologii (Dz. U. poz. 838).

Załącznik do obwieszczenia Ministra Rozwoju i Technologii
z dnia 13 listopada 2023 r. (M.P. poz. 1247)

INFORMACJE O WŁĄCZENIU KWALIFIKACJI RYNKOWEJ „PROWADZENIE SPRZEDAŻY PRZEZ ELEKTRONICZNE PLATFORMY SPRZEDAŻOWE” DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI

1. Nazwa kwalifikacji rynkowej

Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe

2. Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej

Certyfikat

3. Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej

Bezterminowo

4. Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji przypisany do kwalifikacji rynkowej (ewentualnie odniesienie do poziomu Sektorowej Ramy Kwalifikacji)

4 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK)

5. Efekty uczenia się wymagane dla kwalifikacji rynkowej

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Osoba posiadająca kwalifikację rynkową „Prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe” posługuje się wiedzą i jest przygotowana do samodzielnej realizacji zadań w obszarze prowadzenia sprzedaży w oparciu o wybraną elektroniczną platformę sprzedażową. Dokonuje oceny popytu i podaży na produkt lub usługę przez określenie rynku docelowego dla planowanych produktów, oceniając biznesową zasadność wprowadzenia produktu na rynek z użyciem narzędzi analitycznych. Omawia proces zaopatrzenia sklepu w towary, omawia cechy rynku dostawców i charakteryzuje ofertę sprzedażową w oparciu o wybraną elektroniczną platformę sprzedażową. Planuje i organizuje sprzedaż przez elektroniczne platformy sprzedażowe, w tym organizuje promocję produktów, przygotowuje ofertę produktu do sprzedaży oraz wprowadza produkty na elektroniczną platformę sprzedażową. Prowadzi obsługę klienta elektronicznej platformy sprzedażowej, określając metody obsługi klienta elektronicznej platformy sprzedażowej oraz analizując przebieg obsługi klienta.

Zestaw 1. Ocena popytu i podaży na dany produkt lub usługę

Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Określa rynek docelowy dla danego planowanego produktu lub usługi	<ul style="list-style-type: none"> – rozpoznaje cechy rynku docelowego dla danego produktu lub usługi (np. poziom popytu, nasycenie rynku, konkurencję poziomu cen, uwarunkowania prawne), – posługuje się narzędziami analitycznymi dostępnymi w ramach wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej lub używa narzędzi zewnętrznych, stosowanych do badania zainteresowania danymi produktami lub usługami oraz strukturą konkurencji, – ocenia biznesową zasadność wprowadzenia produktu lub usługi na rynek (potencjalną zyskowność) z użyciem narzędzi analitycznych.
Omawia proces zaopatrzenia sklepu w towary	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera produkty do sprzedaży przez elektroniczną platformę sprzedażową, – wskazuje sposoby personalizacji oraz udoskonalenia produktu, – omawia zasady logistyki obowiązujące pomiędzy uczestnikami procesu zaopatrzenia sklepu w towary, – wskazuje sposoby dokonywania rozliczeń pomiędzy uczestnikami procesu zaopatrzenia sklepu w towary.

Omawia cechy rynku dostawców	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia główne platformy sprzedażowe zrzeszające producentów i dostawców, – charakteryzuje specyfikę platform sprzedażowych zrzeszających producentów i dostawców, – wskazuje parametry wpływające na wybór dostawcy (np. responsywność dostawcy, liczbę przeprowadzonych transakcji, czas obecności dostawcy na platformie sprzedażowej, opinie o dostawcy).
Charakteryzuje ofertę sprzedażową	<ul style="list-style-type: none"> – identyfikuje wady i zalety konkurencyjnej oferty sprzedażowej, wykorzystując dostępne narzędzia i technologie, – omawia zasady tworzenia oferty sprzedażowej, uwzględniając cenę i opis produktu, zdjęcie, dodatkowe usługi dotyczące tej oferty.

Zestaw 2. Planowanie i prowadzenie sprzedaży przez elektroniczne platformy sprzedażowe	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Korzysta z elektronicznej platformy sprzedażowej	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje specyfikę głównych elektronicznych platform sprzedażowych, – rozpoznaje istotne funkcje panelu administracyjnego wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej, – posługuje się raportami sprzedaży dostępnymi na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej w celu optymalizacji oferty i efektów sprzedaży.
Organizuje promocję produktów na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej	<ul style="list-style-type: none"> – omawia metody promocji dostępne na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej (np. kupony, zniżki, kampanie Pay Per Click), – charakteryzuje metody promocji na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej za pomocą narzędzi zewnętrznych, uwzględniając ich specyfikę (np. Google Ads, komunikacja organiczna i działania płatne w mediach społecznościowych), – tworzy plan promocji danego produktu na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej.
Przygotowuje ofertę produktu do sprzedaży przez wybraną elektroniczną platformę sprzedażową	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje wymogi w zakresie wizualizacji produktów na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej, – tworzy ofertę produktu na wybranej elektronicznej platformie sprzedażowej (tytuł, opis, słowa kluczowe charakteryzujące produkt).
Wprowadza produkty na wybraną elektroniczną platformę sprzedażową	<ul style="list-style-type: none"> – wprowadza opis i cechy produktu zgodnie z wymogami wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej, – optymalizuje parametry oferty sprzedażowej pod kątem wyszukiwarki wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej.

Zestaw 3. Obsługa klienta elektronicznej platformy sprzedażowej	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Określa metody obsługi klienta elektronicznej platformy sprzedażowej	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera metody kontaktu z klientem, – kontaktuje się z klientem z wykorzystaniem dostępnych narzędzi, – omawia proces zwrotu i reklamacji towarów.
Analizuje przebieg obsługi klienta wybranej elektronicznej platformy sprzedażowej	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera metody badania poziomu satysfakcji klienta z przeprowadzonej transakcji przez wybraną elektroniczną platformę sprzedażową, – wprowadza odpowiednie poprawki w ofercie lub sposobie obsługi klienta.

6. Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację

1. Metody walidacji

Etap weryfikacji efektów uczenia się wymaga zastosowania następujących metod:

- test teoretyczny,
- obserwacja w warunkach symulowanych (np. zadania praktyczne),
- analiza dowodów i deklaracji.

Na etapie weryfikacji należy wykorzystać minimum dwie z powyższych metod.

Instytucja certyfikująca musi zapewnić możliwość odwołania się od decyzji kończącej walidację.

2. Zasoby kadrowe

Walidację przeprowadza komisja walidacyjna złożona z minimum 2 osób w składzie: przewodniczący i członek komisji. Zadaniem komisji jest bezsporna i obiektywna walidacja kompetencji kandydata. Minimum jedna osoba z komisji walidacyjnej spełnia wszystkie poniższe kryteria.

Kwalifikacje zawodowe:

- udokumentowane minimum 5-letnie doświadczenie na stanowisku związanym ze sprzedażą w formie on-line lub udokumentowana minimum 5-letnia współpraca z podmiotami z obszaru e-commerce w Polsce lub za granicą,
- udokumentowana sprzedaż przez jedną z elektronicznych platform sprzedażowych w kwocie minimum 1 mln zł lub sprzedaż minimum 50 tysięcy produktów.

Kwalifikacje szkoleniowe:

- przeprowadzenie minimum 120 godzin szkoleń dla minimum 120 uczestników z zakresu sprzedaży w formie on-line.

Druga osoba z komisji egzaminacyjnej spełnia poniższe kryterium:

- udokumentowane minimum 2-letnie doświadczenie zawodowe w obszarach związanych ze sprzedażą przez elektroniczne platformy sprzedażowe.

3. Sposób organizacji walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne

Instytucja certyfikująca zapewnia osobom, które przystąpią do walidacji, pomieszczenie z dostępem do komputera połączonego z internetem z przeglądarką zgodną z wymaganiami technicznymi platformy egzaminacyjnej, umożliwiające samodzielną pracę pod nadzorem komisji walidacyjnej. W przypadku zdalnego prowadzenia walidacji komisja zatwierdza warunki przystąpienia do walidacji w oparciu o warunki techniczne dające gwarancję samodzielnej realizacji zadań przez kandydata, w szczególności możliwość stałej obserwacji kandydata z użyciem systemu teleinformatycznego zapewniającego wiarygodne sprawdzenie, czy osoba ubiegająca się o nadanie kwalifikacji rynkowej osiągnęła wyodrębnioną część lub całość efektów uczenia się wymaganych dla tej kwalifikacji.

System teleinformatyczny oraz metody stosowane w walidacji muszą umożliwiać w szczególności identyfikację osoby, która przystępuje do walidacji, samodzielną jej pracę i zabezpieczenie przebiegu walidacji przed ingerencją osób trzecich.

W trakcie walidacji obowiązuje całkowity zakaz korzystania z zewnętrznych źródeł informacji. Sposób organizacji walidacji w tym czas trwania oraz zastosowane narzędzia muszą umożliwić sprawdzenie posiadania wszystkich efektów uczenia się wymaganych dla przedmiotowej kwalifikacji.

Instytucja certyfikująca aktualizuje minimum raz w roku informacje dotyczące kryteriów weryfikacji w zakresie głównych elektronicznych platform zrzeszających producentów i dostawców oraz głównych elektronicznych platform sprzedażowych oraz związanych z nimi narzędzi analitycznych, dla których przygotowana jest walidacja.

4. Etapy identyfikowania i dokumentowania efektów uczenia się

Nie określa się wymagań dla tych etapów.

7. Warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

Nie dotyczy

8. Termin dokonywania przeglądu kwalifikacji

Nie rzadziej niż raz na 10 lat