



MONITOR POLSKI

DZIENNIK URZĘDOWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Warszawa, dnia 30 lipca 2024 r.

Poz. 711

**OBWIESZCZENIE
MINISTRA SPORTU I TURYSTYKI¹⁾**

z dnia 11 lipca 2024 r.

**w sprawie włączenia kwalifikacji wolnorynkowej „Planowanie i realizowanie usług konferencyjnych”
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 wolnorynkowej „Planowanie i realizowanie usług konferencyjnych” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Minister Sportu i Turystyki: *wz. P. Borys*

¹⁾ Minister Sportu i Turystyki kieruje działem administracji rządowej – turystyka, na podstawie § 1 ust. 2 pkt 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 18 grudnia 2023 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Sportu i Turystyki (Dz. U. poz. 2722).

Załącznik do obwieszczenia Ministra Sportu i Turystyki z dnia 11 lipca 2024 r. (M.P. poz. 711)

INFORMACJE O WŁĄCZENIU KWALIFIKACJI WOLNORYNKOWEJ „PLANOWANIE I REALIZOWANIE USŁUG KONFERENCYJNYCH” DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI

1. Nazwa kwalifikacji wolnorynkowej

Planowanie i realizowanie usług konferencyjnych

2. Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji przypisany do kwalifikacji wolnorynkowej oraz odniesienie do poziomu Sektorowej Ramy Kwalifikacji

5 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji (dalej jako PRK), 5 poziom Sektorowej Ramy Kwalifikacji w sektorze turystyka

3. Efekty uczenia się wymagane dla kwalifikacji wolnorynkowej

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się
 Osoba posiadająca kwalifikację samodzielnie przygotowuje oferty w oparciu o bieżące trendy rynkowe i społeczne. Przygotowuje plan i koordynuje organizację usług konferencyjnych. Na etapie planowania diagnozuje potrzeby związane z organizacją usługi konferencyjnej, pozyskuje niezbędne dane dotyczące liczby uczestników, warunków realizacji, grupy odbiorców, budżetu związanego z realizacją usługi konferencyjnej itp. Jest również przygotowana do ustalenia planu – agendy dotyczącej realizacji usługi, w tym koordynuje działania i wykonywanie zadań. Na etapie realizacji nadzoruje i koordynuje procesy związane z właściwym wykonaniem usługi konferencyjnej. Utrzymuje bieżący kontakt z wykonawcami usługi, a także ze zlecającym realizację usługi oraz podmiotami zewnętrznymi. Monitoruje realizację warunków umowy i ustaleń. W sytuacjach trudnych wdraża działania prowadzące do optymalnej realizacji usługi. Rozlicza projekt i tworzy raporty, a także dba o obsługę posprzedażową. Osoba komunikuje się samodzielnie z podmiotem, na rzecz którego planuje i realizuje usługę konferencyjną. Posługuje się wiedzą związaną z branżą (w aspekcie pojęć fachowych oraz praktycznego działania) i potrafi ją wykończyć. Jako wiedzę związaną z branżą należy rozumieć wiedzę związaną z planowaniem i realizacją usług konferencyjnych, w szczególności związaną z zakresem usług hotelowych (wynajem sali), gastronomicznych i innych usług towarzyszących.

Zestaw 1. Planowanie usługi konferencyjnej	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Diagnostuje potrzeby odbiorcy usługi konferencyjnej	<ul style="list-style-type: none"> – uzyskuje informacje dotyczące oczekiwania odbiorcy w zakresie usługi konferencyjnej, – określa termin i czas trwania usługi, – określa liczbę osób, które będą uczestniczyć w wydarzeniu.
Określa warunki realizacji usługi konferencyjnej w oparciu o bieżące trendy rynkowe i społeczne	<ul style="list-style-type: none"> – określa warunki potrzebne do realizacji usługi konferencyjnej (np. wielkość i liczba sal, sposób ustawienia), – określa niezbędne wyposażenie miejsca organizacji (np. liczbę stołów, flipcharty, rzutnik, nagłośnienie, oświetlenie, zaciemnienie sali), – określa usługi dodatkowe (np. tłumaczenie symultaniczne, noclegi, parkingi), – określa menu z uwzględnieniem indywidualnych oczekiwań w zakresie diet i formę jego podania (bufet czy dania serwowane), – wymienia źródła informacji w zakresie bieżących trendów rynkowych i społecznych.

Planuje usługę konferencyjną w aspekcie opracowywanej oferty	<ul style="list-style-type: none"> - weryfikuje oczekiwania klienta z możliwościami organizacyjnymi (zasoby kadrowe, budżet), - wybiera rozwiązania i materiały zgodnie z założeniami i budżetem wydarzenia i uzasadnia swój wybór, - określa miejsce do realizacji usługi, - tworzy ofertę zgodną z oczekiwaniami i potrzebami klienta zawierającą zakres proponowanej usługi (w tym cenę, termin, miejsce, liczbę osób, wyżywienie, dodatkowe koszty).
Tworzy agendę usługi konferencyjnej	<ul style="list-style-type: none"> - uwzględni liczbę osób, termin, charakter usługi, ustawienie sali, wyposażenia, oświetlenie, - określa scenariusz usługi konferencyjnej, - określa zakres odpowiedzialności poszczególnych osób za realizację działań.
Zestaw 2. Realizacja usługi konferencyjnej	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Charakteryzuje sposoby koordynacji realizacji usługi konferencyjnej	<ul style="list-style-type: none"> - omawia sposób realizacji i rozliczenia usługi konferencyjnej zgodnie z agendą, - omawia sposób weryfikacji poziomu i zakresu wykonania poszczególnych działań, - omawia sposoby postępowania w przypadku wystąpienia nietypowych sytuacji, wymuszających konieczność wprowadzenia zmian w agendzie, - wskazuje czynniki, które wpłynęły na konieczność modyfikacji agendy, - odnosząc się do agendy, przygotowuje raport z realizacji usługi konferencyjnej, uwzględniający napotkane problemy/błędy w trakcie realizacji usługi konferencyjnej.
Przeprowadza ewaluację	<ul style="list-style-type: none"> - omawia problemy/błędy napotkane w trakcie realizacji usługi konferencyjnej, - omawia sposoby radzenia sobie z nieprzewidzianymi zdarzeniami, - wskazuje obszary, na które trzeba zwrócić szczególną uwagę w kontekście realizacji kolejnych usług.
Współpracuje z innymi osobami lub podmiotami zewnętrznymi	<ul style="list-style-type: none"> - prezentuje sposoby komunikowania się ze współpracownikami i podmiotami zewnętrznymi, - posługuje się językiem branżowym.
Zestaw 3. Wiedza o branży usług konferencyjnych	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Charakteryzuje przepisy prawne odnoszące się do branży usług konferencyjnych	<ul style="list-style-type: none"> - omawia treść, elementy i warunki umowy na realizację usługi konferencyjnej, w tym zapisy regulujące przetwarzanie danych osobowych, - omawia formy rozliczeń, w tym pojęcia: zaliczka, zadatek.

Charakteryzuje pojęcia dotyczące branży usług konferencyjnych	<ul style="list-style-type: none"> - omawia pojęcia związane z organizacją usługi: agenda, scenariusz usługi konferencyjnej, ustawienia stołów i krzesel (np. teatralne, szkolne, kinowe), usługi dodatkowe (np. zakwaterowanie, wyżywienie), - omawia pojęcia branżowe, np.: event, prelegent, MICE, - omawia typy wyżywienia (bufet, dania serwowane, przerwy kawowe), - omawia zagadnienia związane z obsługą posprzedażową (np. rozliczenie usługi, referencje/opinie, współpraca z podmiotami zewnętrznymi, w tym sposób dokonywania zwrotów użytych przedmiotów).
Zestaw 4. Komunikowanie się w sytuacji nawiązywania relacji z klientem	
Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia	
Nawiązuje kontakt z klientem, zachowując zasady kultury osobistej	<ul style="list-style-type: none"> - wymienia sposoby nawiązania pierwszego kontaktu z klientem, - przedstawia się i informuje o zajmowanym przez siebie stanowisku oraz celu nawiązania kontaktu, - stosuje formy grzecznościowe.
Używa języka zrozumiałego dla klienta	<ul style="list-style-type: none"> - wyjaśnia terminy, które mogłyby być niezrozumiałe dla klienta, - podaje przykłady zamiany żargonu branżowego na komunikat zrozumiały dla przeciętnego odbiorcy niebędącego fachowcem w branży, - omawia przykładowe reakcje klienta mogące świadczyć o braku zrozumienia przedstawianej propozycji.
Rozpoznaje i precyzuje potrzeby klienta oraz formułuje propozycje nastawione na realizację tych potrzeb	<ul style="list-style-type: none"> - podaje przykłady zastosowania metod/technik zbierania informacji o potrzebach klienta, - podaje przykład podsumowania i sklasyfikowania informacji uzyskanych od klienta, - podaje przykłady informacji uzyskanych w badaniu potrzeb, które są kluczowe dla opracowania propozycji/oferty dostosowanej do potrzeb klienta, - przedstawia propozycje/ofertę klientowi z wykorzystaniem języka korzyści, - podaje przykład komunikowania klientowi słabszych stron oferty, - rozpoznaje sygnały werbalne i niewerbalne świadczące o pojawiających się wątpliwościach u klienta, dotyczących przedstawianej propozycji/oferty, - charakteryzuje techniki radzenia sobie z obiekcjami klienta i podaje przykłady każdej z omawianych technik, - omawia sytuacje, w których rezygnuje z oferowania usługi klientowi.
Uzgadnia z klientem zasady załatwienia sprawy lub otrzymania przez klienta usługi/produktu	<ul style="list-style-type: none"> - przedstawia ostateczny kształt oferty / propozycji / sposobu załatwienia sprawy, - wyjaśnia wątpliwości klienta, wynikające z prezentowanych treści, - omawia zasady przetwarzania danych osobowych (RODO), - uzgadnia kolejne etapy współpracy i ustala harmonogram wykonania usługi / dostarczenia towaru / załatwienia sprawy, - uzgadnia z klientem preferowane w przyszłości czas i formy komunikacji lub informuje o standardowo przyjętych w organizacji kanałach komunikacji z klientem, - podaje przykład uzgodnienia z klientem sposobu działania w razie niespełnienia uzgodnionych standardów usługi / produktu / załatwianej sprawy.

Zestaw 5. Komunikowanie się podczas podtrzymywania relacji z klientem zewnętrznym	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Monitoruje poziom zadowolenia klienta z otrzymanej usługi / zakupionego produktu / sposobu załatwienia sprawy	<ul style="list-style-type: none"> - podaje przykłady sposobów kontaktowania się z klientem w celu zbadania stopnia zadowolenia z otrzymanej usługi / zakupionego produktu / sposobu załatwienia sprawy, - uzyskuje informacje dotyczące poziomu satysfakcji klienta i powody jego zadowolenia lub braku satysfakcji, wykorzystując do tego celu różne metody, np. ankiety, - podaje przykłady pytań zmierzających do uszczegółowienia powodów zadowolenia klienta, - na przykładzie najczęściej zadawanych pytań przez klientów lub pojawiających się wątpliwości, podaje przykładowe swoje reakcje, - podaje przykłady komunikatów kierowanych do klienta w celu zachęcenia do podzielenia się z innymi potencjalnymi klientami swoją pozytywną opinią o organizacji, sposobie załatwienia sprawy / usłudze / produkcie.
Rozwiązuje problemy pojawiające się w relacji z klientem	<ul style="list-style-type: none"> - charakteryzuje różne sytuacje problemowe z klientami i sposoby komunikacji z nimi sprzyjające ograniczeniu potencjalnie trudnych sytuacji, - omawia, czym jest asertywność i w jaki sposób sprzyja ona merytorycznej komunikacji z poszanowaniem wszystkich stron interakcji, - podaje przykłady zastosowania asertywnych technik radzenia sobie w trudnej sytuacji podczas obsługi klienta, - podaje przykład sytuacji, w której przyznała się do błędów i przeprosiła klienta, - omawia przykładowe procedury reagowania w sytuacji problemowej, która przekracza kompetencje obsługującego, i przykłady ich zastosowania.

4. Ramowe wymagania dotyczące metod przeprowadzania weryfikacji, osób przeprowadzających weryfikację oraz warunków organizacyjnych i materialnych niezbędnych do prawidłowego i bezpiecznego przeprowadzania weryfikacji

1. Etap weryfikacji

1.1. Metody

Na etapie weryfikacji efektów uczenia się wykorzystuje się następujące metody:

- test teoretyczny,
- analiza dowodów i deklaracji,
- wywiad ustrukturyzowany,
- wywiad swobodny (rozmowa z komisją),
- obserwacja w warunkach rzeczywistych.

1.2. Zasoby kadrowe

Instytucja certyfikująca powołuje komisję, która odpowiada za przebieg weryfikacji efektów uczenia się. Komisja składa się z co najmniej trzech członków, w tym przewodniczącego komisji, który ma decydujący głos.

Każdy członek komisji musi znać zasady przeprowadzania weryfikacji i stosowane metody oraz spełniać przynajmniej jedno z następujących kryteriów:

- udokumentować posiadanie kwalifikacji pełnej z 6 PRK z obszaru turystyki,
 - udokumentować co najmniej 5-letnie doświadczenie praktyczne w planowaniu i realizacji usług konferencyjnych w okresie ostatnich 8 lat,
 - udokumentować co najmniej 5-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń lub weryfikacji w zakresie planowania i realizacji usług konferencyjnych w okresie ostatnich 8 lat.
- Warunkiem jest, aby oba te kryteria były spełnione przez skład komisji weryfikacyjnej.

1.3. Sposób organizacji walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne

Etap weryfikacji efektów uczenia się musi składać się z dwóch części: teoretycznej i praktycznej.

W części teoretycznej wiedza jest weryfikowana poprzez test teoretyczny. Warunkiem przystąpienia do części praktycznej jest zaliczenie części teoretycznej. Część praktyczna wymaga zastosowania następujących metod:

- wywiad ustrukturyzowany;
- case study – przykładowo znajomość i umiejętność stosowania zagadnień branżowych i języka, np. czym jest układ sali (ustawienie krzesel) kinowy, bezprzewodowy system nagłośnienia, zaplecze techniczne i cateringowe, itp. – jak również umiejętność opowiedzenia, jak należy przygotować plan (agendę) usługi konferencyjnej, jakie pytania należy zadać odbiorcy usługi, aby prawidłowo zaplanować i zrealizować usługę konferencyjną;
- wywiad swobodny (rozmowa z komisją);
- prezentacja (przedstawienie przygotowanej oferty);
- analiza dowodów i deklaracji (np. opracowanych ofert, planów (agend) usługi konferencyjnej).

Instytucja certyfikująca zapewnia:

- pomieszczenie umożliwiające samodzielnie pracę,
- materiały niezbędne do przeprowadzenia walidacji, w tym studia przypadków, artykuły piśmiennicze (kartki do notatek, narzędzia do pisania: długopis lub ołówek lub marker),
- laptop lub inne urządzenia mobilne (np. tablet lub smartfon),
- urządzenie umożliwiające przedstawienie prezentacji (np. rzutnik, ekran).

W trakcie przeprowadzania weryfikacji osoby przystępujące do walidacji nie mogą korzystać z materiałów innych niż niezbędne do realizacji etapu weryfikacji lub przekazane przez podmiot organizacyjny.

2. Etapy identyfikowania i dokumentowania

Instytucja prowadząca walidację musi zapewnić wsparcie osobie przystępującej do walidacji w zakresie identyfikowania oraz dokumentowania posiadanych efektów uczenia się.

2.1. Metody

Nie określa się wymagań dla etapu identyfikowania i dokumentowania.

5. Warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

Nie określa się

6. Inne, poza pozytywnym wynikiem walidacji, warunki uzyskania kwalifikacji wolnorynkowej

Brak innych, poza pozytywnym wynikiem walidacji, warunków uzyskania kwalifikacji wolnorynkowej

7. Okres ważności certyfikatu kwalifikacji wolnorynkowej

Certyfikat wydawany jest na okres 5 lat, warunkiem przedłużenia (na okres kolejnych 5 lat) jest realizacja (planowanie i realizacja) minimum 10 usług konferencyjnych lub wykazanie aktywności zawodowej w wymiarze min. roku na stanowisku bezpośrednio związanym z planowaniem i realizacją usług konferencyjnych.

8. Termin dokonywania przeglądu kwalifikacji, z uwzględnieniem terminu, o którym mowa w art. 27 ust. 1 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

Nie rzadziej niż raz na 10 lat