

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

Sprzedawca reklam internetowych (333904)



Pośrednicy usług biznesowych gdzie indziej niesklasyfikowani

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

Sprzedawca reklam internetowych **(333904)**

**Pośrednicy usług biznesowych
gdzie indziej niesklasyfikowani**

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

Sprzedawca reklam internetowych (333904)

© 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 [357]

Publikacja bezpłatna

Zdjęcie na okładce (źródło): <https://pixabay.com/pl/photos/laptopa-dzia%C5%82alno%C5%9Bci-cz%C5%82owieka-2838918> [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).....	4
2.4. Wymagania psychofizyczne i zdrowotne.....	5
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	7
2.7. Zawody pokrewne	8
3. ZADANIA ZAWODOWE I WYMAGANE KOMPETENCJE	8
3.1. Zadania zawodowe	8
3.2. Kompetencja zawodowa Kz1: Przygotowywanie i planowanie sprzedaży reklam internetowych	8
3.3. Kompetencja zawodowa Kz2: Obsługiwanie procesu sprzedaży reklam internetowych.....	10
3.4. Kompetencje społeczne.....	11
3.5. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu.....	12
3.6. Powiązanie kompetencji zawodowych z opisami poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji oraz Sektorowej Ramy Kwalifikacji.....	12
4. ODNIESIENIE DO SYTUACJI ZAWODU NA RYNKU PRACY I MOŻLIWOŚCI DOSKONALENIA ZAWODOWEGO.....	13
4.1. Możliwości podjęcia pracy w zawodzie	13
4.2. Instytucje oferujące kształcenie, szkolenie i/lub potwierdzanie kompetencji w ramach zawodu	14
4.3. Zarobki osób wykonujących dany zawód/daną grupę zawodów	15
4.4. Możliwości zatrudnienia osób niepełnosprawnych w zawodzie.....	16
5. ODNIESIENIE DO EUROPEJSKIEJ KLASYFIKACJI UMIEJĘTNOŚCI/KOMPETENCJI, KWALIFIKACJI I ZAWODÓW (ESCO)	16
6. ŹRÓDŁA DODATKOWYCH INFORMACJI O ZAWODZIE	16
7. SŁOWNIK POJĘĆ	18
7.1. Definicje powiązane z opisem informacji o zawodzie (zawodoznawcze)	18
7.2. Definicje związane z wykonywaniem zawodu (branżowe)	20

1. DANE IDENTYFIKACYJNE ZAWODU

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

Sprzedawca reklam internetowych 333904

1.2. Nazwy zwyczajowe zawodu

- Pracownik ds. marketingu on-line.
- Pracownik ds. obsługi klienta SEO.
- Pracownik ds. publikacji www i video.
- Pracownik ds. kampanii SEO.
- Pracownik ds. sprzedaży.
- Pracownik ds. reklamy.

1.3. Usytuowanie zawodu w klasyfikacjach: ISCO, PKD

W Międzynarodowym Standardzie Klasyfikacji Zawodów ISCO-08 odpowiada grupie:

- 2431 Advertising and marketing professionals.

Według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007):

- Sekcja M – Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna.

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+ w październiku 2018 r.,
- zebranych opinii od recenzentów, członków panelu ewaluacyjnego oraz zespołu ds. walidacji i jakości informacji o zawodach.

Autorzy i eksperci opiniujący

Zespół Ekspertki:

- Monika Kidyba – Alexandrite Group Monika Kidyba, Gliwice.
- Natalia Kowalewska – Eniro sp. z o.o., Gdańsk.
- Magdalena Szpak-Marek – 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.
- Jolanta Religa – Instytut Technologii Eksploatacji – PIB, Radom.
- Daria Siemińska – PBS sp. z o.o., Sopot.
- Krzysztof Symela – Instytut Technologii Eksploatacji – PIB, Radom.

Recenzenci:

- Ewa Jasińska – Zespół Szkół Skórzano-Odzieżowych, Stylizacji i Usług, Radom.
- Walerian Majewski – SOLIDE Walerian Majewski, Reda.

Panel ewaluacyjny – przedstawiciele partnerów społecznych:

- Grażyna Mrozińska-Hotłoś – Zespół Szkół Elektronicznych, Lublin.
- Magdalena Mrozkowiak – Ośrodek Rozwoju Edukacji, Warszawa.

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

Sprzedawca reklam internetowych odpowiada za sprzedaż powierzchni reklamowej na portalach i serwisach internetowych.

2.2. Opis pracy i sposobu jej wykonywania

Opis pracy

Sprzedawca reklam internetowych zajmuje się koordynowaniem procesów związanych ze sprzedażą powierzchni reklamowych w internecie. Jest odpowiedzialny również za tworzenie kampanii reklamowych, aktywne pozyskiwanie nowych partnerów handlowych, a także telefoniczny, mailowy i bezpośredni kontakt z klientem.

Osoba pracująca na stanowisku sprzedawca reklam internetowych zajmuje się również prowadzeniem kampanii internetowych poprzez monitoring i raportowanie o ich przebiegu, przygotowaniem prezentacji i ofert handlowych oraz nadzorowaniem i obsługą płatności.

Sposoby wykonywania pracy

Praca **sprzedawcy reklam internetowych** polega m.in. na:

- przygotowywaniu koncepcji kampanii reklamowej w internecie,
- nawiązywaniu kontaktów z potencjalnymi klientami,
- utrzymywaniu relacji z klientami,
- sporządzaniu planu finansowego przedsięwzięcia,
- opracowywaniu sloganów/hasel reklamowych,
- przedstawianiu koncepcji reklamy internetowej,
- sprzedawaniu usługi dopasowanej do branży oraz zapotrzebowania potencjalnego klienta.

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

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

Warunki pracy

Miejszem pracy **sprzedawcy reklam internetowych** jest pomieszczenie biurowe w budynku spełniającym wymagania techniczne dla obiektów użyteczności publicznej. Dopuszczalna jest praca zdalna (telepraca⁵). Praca odbywa się w pozycji siedzącej. W zależności od specyfiki pomieszczenia biurowego oraz pory dnia/roku, praca odbywa się przy oświetleniu naturalnym bądź sztucznym, często w klimatyzowanych pomieszczeniach.

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

Wykorzystywane maszyny i narzędzia pracy

Sprzedawca reklam internetowych w działalności zawodowej wykorzystuje m.in.:

- komputer z dostępem do internetu,
- oprogramowanie biurowe,
- faks,
- drukarkę,
- skaner,
- programy graficzne,
- smartfon,
- tablet.

Organizacja pracy

Organizacja pracy uzależniona jest od godzin pracy kontrahentów. Praca w niedziele i święta oraz dni wolne nie jest konieczna, niemniej jednak należy brać pod uwagę okresy intensywności kampanii reklamowych. Pracownik ma dość dużą swobodę w wykonywaniu obowiązków, jednak zakres jego czynności zawodowych jest zdefiniowany. Efekty pracy w zawodzie **sprzedawca reklam internetowych** są mierzalne, a ich rezultaty przekładają się na efektywność sprzedaży usług / produktów.

Osoba w tym zawodzie pracuje samodzielnie i podlega systematycznej kontroli zwierzchników. Praca jest nadzorowana głównie pod względem efektywności sprzedaży.

Praca sprzedawcy reklam internetowych wymaga bezpośredniego kontaktu z klientami. Praca nie wymaga wyjazdów, jest dość rutynowa.

Zagrożenia mające wpływ na bezpieczeństwo pracy człowieka

Zagrożenia mające wpływ na zdrowie w zawodzie **sprzedawca reklam internetowych** wynikają głównie z faktu pracy przy komputerze, która przyczynia się do m.in. do:

- statycznego obciążenia mięśni stabilizujących kręgosłup w pozycji siedzącej,
- statycznego obciążenia mięśni barków i rąk obsługujących klawiaturę (zespół cieśni nadgarstka⁶⁾),
- statycznego obciążenia mięśni karku utrzymującego głowę podczas obserwacji monitora, dokumentów i klawiatury.

Dodatkowym schorzeniem wynikającym z pracy przy komputerze są dolegliwości układu mięśniowo-szkieletowego, przyjmujące postać ostrego bólu umiejscowionego głównie w okolicy: szyi, karku, barków, rąk, odcinka lędźwiowego kręgosłupa. Osoby pracujące jako sprzedawca reklam internetowych powinny mieć świadomość, że wykonywanie tego typu pracy może być źródłem wielu dolegliwości bólowych, wpływających na jakość i efektywność wykonywanych zadań.

2.4. Wymagania psychofizyczne i zdrowotne

Wymagania psychofizyczne

Dla pracownika wykonującego zawód **sprzedawca reklam internetowych** ważne są:

w kategorii wymagań fizycznych

- ogólna wydolność fizyczna,
- sprawność narządu wzroku,
- sprawność narządu słuchu i mowy,

w kategorii sprawności sensomotorycznych

- ostrość wzroku,
- rozróżnianie barw,
- ostrość słuchu,
- zręczność rąk;
- spostrzegawczość;

w kategorii sprawności i zdolności

- zdolność koncentracji uwagi,
- uzdolnienia sprzedażowe,
- dobra pamięć,
- wyobraźnia i twórcze myślenie,
- zdolność do analitycznego myślenia i podejmowania decyzji,
- zdolność rozwiązywania problemów,
- zdolność do nawiązywania kontaktu z ludźmi;

w kategorii cech osobowościowych

- samodzielność,
- samokontrola,
- komunikatywność,
- gotowość do długotrwałej pracy w pozycji siedzącej;
- systematyczność,
- odporność emocjonalna,
- empatia,
- szacunek do godności człowieka,
- serdeczność,
- radzenie sobie ze stresem,
- gotowość pracy pod presją czasu.

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

Wymagania zdrowotne

W zawodzie **sprzedawca reklam internetowych** wymagana jest ogólna sprawność układu kostno-stawowego, w szczególności sprawność dłoni, umożliwiająca długotrwałą pracę przy komputerze. Ważna jest także sprawność narządu wzroku.

Przeciwwskazaniami do wykonywania zawodu sprzedawca reklam internetowych są schorzenia wzroku, wady wymowy oraz słuchu. Funkcjonowanie w warunkach ciągłego stresu, pod presją czasu utrudnia pracę osobom z chorobami krążenia i układu nerwowego. Konieczność wykonywania pracy w pozycji siedzącej przez długi czas uniemożliwia wykonywanie zadań zawodowych przez osoby z chorobami kręgosłupa oraz układu kostno-szkieletowego.

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

Obecnie (2018 r.) do podjęcia pracy w zawodzie **sprzedawca reklam internetowych** preferowane jest wykształcenie co najmniej średnie ogólne w zawodach szkolnych (pokrewnych) np. technik handlowiec, technik informatyk.

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

W zawodzie **sprzedawca reklam internetowych** nie jest wymagane posiadanie tytułów zawodowych, kwalifikacji i szczególnych uprawnień. Jednakże podjęcie pracy w tym zawodzie ułatwia ukończenie kwalifikacyjnych kursów zawodowych w zakresie kwalifikacji:

- AU.25 Prowadzenie działalności handlowej (technik handlowiec),
- EE.09 Programowanie, tworzenie i administrowanie stronami internetowymi i bazami danych (technik informatyk).

Preferowane są kursy i certyfikaty potwierdzające kompetencje przydatne do wykonywania powierzonych zadań, np. kurs obsługi klienta, zarządzania zespołem, kurs SEO⁴.

Dodatkowym atutem przy zatrudnianiu może być certyfikat znajomości języka angielskiego na poziomie co najmniej średnim oraz suplementy Europass (w języku polskim i angielskim) do dyplomów potwierdzających kwalifikacje zawodowe, wydawane na prośbę zainteresowanego przez Okręgowe Komisje Egzaminacyjne.

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

Sprzedawca reklam internetowych zaczyna pracę najczęściej jako młodszy specjalista. W miarę zdobywania doświadczenia istnieje realna możliwość awansu na stanowisko starszego specjalisty. Kilkuletni staż pracy w zawodzie daje możliwość awansu zawodowego na stanowisko kierownicze. Ścieżka awansu zawodowego zależy w dużej mierze od wielkości firmy.

W zakresie rozwoju zawodowego, sprzedawca reklam internetowych może:

- podjąć kształcenie w ramach studiów wyższych I stopnia (licencjackich), II stopnia (magisterskich uzupełniających) lub studiów podyplomowych, np. z zakresu zarządzania, informatyki, ekonomii, socjologii czy psychologii,
- doskonalić swoje umiejętności, współpracując z innymi, bardziej doświadczonymi sprzedawcami reklam internetowych,
- doskonalić i rozszerzać kompetencje na specjalistycznych kursach zawodowych, związanych np. ze sprzedażą w internecie,
- rozszerzać kompetencje poprzez kształcenie lub szkolenie w zawodach pokrewnych.

Możliwości potwierdzania kompetencji

Osoba wykonująca zawód **sprzedawca reklam internetowych** może potwierdzić niektóre swoje kompetencje, kończąc kwalifikacyjny kurs zawodowy w zakresie kwalifikacji:

- AU.25 Prowadzenie działalności handlowej (technik handlowiec),
- EE.09 Programowanie, tworzenie i administrowanie stronami internetowymi i bazami danych (technik informatyk).

Potwierdzenie kwalifikacji następuje w wyniku zdania egzaminu przed Okręgową Komisją Egzaminacyjną.

Osoby starające się o pracę lub wykonujące zawód mogą podnieść swoje kwalifikacje poprzez ukończenie kursów kończących się uzyskaniem certyfikatów w zakresie narzędzi sprzedażowych lub umiejętności komputerowych.

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 **sprzedawca reklam internetowych** może rozszerzać swoje kompetencje zawodowe w zawodach pokrewnych:

Nazwa zawodu pokrewnego zgodnie z Klasyfikacją zawodów i specjalności	Kod zawodu
Pracownik centrum elektronicznej obsługi klienta	332202
Przedstawiciel handlowy	332203
Promotor marki (trendsetter)	333903
Technik organizacji reklamy ^S	333906
Technik informatyk ^S	351203
Technik handlowiec ^S	522305

3. ZADANIA ZAWODOWE I WYMAGANE KOMPETENCJE

3.1. Zadania zawodowe

Pracownik w zawodzie **sprzedawca reklam internetowych** wykonuje różnorodne zadania, do których należą w szczególności:

- Z1 Implementowanie strategii przedsiębiorstwa w obszarze sprzedaży reklam internetowych.
- Z2 Opracowywanie oferty oraz negocjowanie warunków sprzedaży powierzchni reklamy internetowej.
- Z3 Modelowanie działań usprawniających obsługę klientów.
- Z4 Doradzanie klientom w zakresie zakupu powierzchni reklamowej w internecie.
- Z5 Przygotowywanie analiz sprzedażowych reklam internetowych.
- Z6 Obsługiwanie klientów w procesie sprzedaży reklam internetowych.
- Z7 Kontrolowanie procesu sprzedaży reklam internetowych.
- Z8 Realizowanie emisji reklam internetowych.
- Z9 Monitorowanie emisji reklam internetowych oraz wdrażanie rozwiązań zwiększających ich efektywność.

3.2. Kompetencja zawodowa Kz1: Przygotowywanie i planowanie sprzedaży reklam internetowych

Kompetencja zawodowa Kz1: Przygotowywanie i planowanie sprzedaży reklam internetowych obejmuje zestaw zadań zawodowych Z1, Z2, Z3, Z4, Z5, do realizacji których wymagane są odpowiednie zbiory wiedzy i umiejętności.

Z1 Implementowanie strategii przedsiębiorstwa w obszarze sprzedaży reklam internetowych	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> • Strategię przedsiębiorstwa; • Sposoby konstruowania strategii sprzedaży przedsiębiorstwa w obszarze marketingu internetowego; • Narzędzia do tworzenia strategii sprzedaży w obszarze marketingu internetowego; • Zasady funkcjonowania rynku <u>mediów internetowych</u>³; • Metody ustalenia ceny produktów oraz stosowanych upustów i rabatów; • Trendy na temat rynku reklamy internetowej oraz branżowe słownictwo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Wykorzystywać założenia strategii przedsiębiorstwa w obszarze sprzedaży reklam internetowych; • Przedstawiać propozycje polityki cenowej dla oferowanych produktów reklamowych; • Tworzyć strategie sprzedaży reklam internetowych; • Tworzyć cennik reklamy online; • Analizować rynek i działania konkurencji w obszarze mediów elektronicznych oraz formułować wnioski na podstawie przeprowadzonych analiz; • Stosować branżowe słownictwo i korzystać z wiedzy na temat rynku mediowego i marketingu internetowego.
Z2 Opracowywanie oferty oraz negocjowanie warunków sprzedaży powierzchni reklamy internetowej	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> • Ofertę przedsiębiorstwa skierowaną do klientów zainteresowanych zakupem powierzchni reklamowej w internecie; • Politykę handlową przedsiębiorstwa; • Metody prezentacji oferty w internecie; • Sposoby prezentowania oferty klientowi; • Specyfikę produktu oraz jego parametry techniczne i odpowiednio je prezentuje; • Regulacje prawne związane z emisją reklamy internetowej. 	<ul style="list-style-type: none"> • Sporządzać oferty reklamowe; • Aktualizować treść i elementy wizualne cennika reklamowego na stronie internetowej przedsiębiorstwa; • Nadzorować sprzedaż produktów i usług reklamowych w internecie; • Prowadzić rozmowy handlowe i negocjacje; • Posługiwać się odpowiednimi technikami sprzedażowymi; • Interpretować i stosować regulacje prawne związane z emisją reklamy w internecie.
Z3 Modelowanie działań usprawniających obsługę klientów	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> • Procesy obsługi klientów przedsiębiorstwa; • Narzędzia i zasoby przedsiębiorstwa dedykowane obsłudze klientów; • Techniki analizy procesów obsługi klientów; • Standardy obsługi klientów na rynku, na którym działa przedsiębiorstwo; • Metody usprawnienia obsługi klientów. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pozyskiwać klientów w sposób aktywny; • Nawiązywać i utrzymywać kontakty z klientami; • Zbierać i analizować opinie klientów na temat oferty przedsiębiorstwa; • Planować zmiany organizacji sprzedaży internetowej powierzchni reklamowej w kontekście zgłaszanych przez klientów potrzeb.

Z4 Doradzanie klientom w zakresie zakupu powierzchni reklamowej w internecie	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> Rodzaje i formy reklamy internetowej; Modele sprzedaży powierzchni reklamowej w Internecie; Ofertę przedsiębiorstwa oraz najważniejsze informacje na temat tej oferty; Zasady składania zamówienia na reklamę internetową oraz sposoby płatności; Techniki sprzedaży produktów przez internet; Zasady komunikowania się z klientem. 	<ul style="list-style-type: none"> Badać potrzeby klientów i prezentować różne formaty reklam internetowych oraz ich skuteczność; Wyjaśniać klientom sposoby składania zamówienia reklamy internetowej oraz dokonywania za nie płatności; Przedstawiać ofertę reklamową dostosowaną do indywidualnych wymagań klientów.

Z5 Przygotowywanie analiz sprzedażowych reklam internetowych	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> Rynek mediów i marketingu internetowego, na którym działa przedsiębiorstwo; Proces i organizację sprzedaży produktów i usług online; Czynniki wpływające na sprzedaż reklamy internetowej oferowanej przez przedsiębiorstwo. 	<ul style="list-style-type: none"> Analizować dane rynkowe; Monitorować działania konkurencji oraz sytuację na rynku; Dostarczać informacji na temat wyników sprzedażowych (indywidualnych i zespołowych).

3.3. Kompetencja zawodowa Kz2: Obsługiwanie procesu sprzedaży reklam internetowych

Kompetencja zawodowa Kz2: Obsługiwanie procesu sprzedaży reklam internetowych obejmuje zestaw zadań zawodowych Z6, Z7, Z8, Z9, do realizacji których wymagane są odpowiednie zbiory wiedzy i umiejętności.

Z6 Obsługiwanie klientów w procesie sprzedaży reklam internetowych	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> Warunki emisji reklam internetowych i warunki płatności; Warunki modyfikacji zlecenia emisji reklamy; Oprogramowanie do ewidencjonowania sprzedaży reklamy internetowej; Formy kontaktu z klientami obowiązujące podczas prowadzenia procesu sprzedaży reklam internetowych; Zasady wystawiania dokumentów sprzedaży. 	<ul style="list-style-type: none"> Przeprowadzać testy internetowych kampanii reklamowych; Optymalizować kampanie reklamowe w internecie; Przyjmować zamówienia klientów; Wystawiać dokumenty sprzedaży; Raportować i rozliczać efekty prowadzonych działań.

Z7 Kontrolowanie procesu sprzedaży reklam internetowych	
WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> Elementy składowe procesu sprzedaży powierzchni reklamowej w internecie; Procedury procesu sprzedaży reklamy internetowej; Wagę monitorowania skuteczności podejmowanych działań w zakresie 	<ul style="list-style-type: none"> Analizować poprawność realizacji poszczególnych etapów procesu sprzedaży powierzchni reklamowej w internecie; Przedstawiać wnioski związane z aktualnym stanem sprzedaży internetowej powierzchni reklamowej;

efektywności realizowanych kampanii reklamowych dla klientów przedsiębiorstwa.	<ul style="list-style-type: none"> • Proponować zmiany w celu poprawy efektywności sprzedaży powierzchni reklamowej w internecie; • Wprowadzać działania podnoszące efektywność sprzedaży powierzchni reklamowej online.
--	--

Z8 Realizowanie emisji reklam internetowych

WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> • Systemy reklamy online; • Narzędzia informatyczne dedykowane marketingowi internetowemu; • Zasady zarządzania powierzchnią reklamową; • Metody realizacji kampanii reklamowych dla kluczowych klientów przedsiębiorstwa; • Sposoby prowadzenia, analizy i optymalizacji bieżących działań reklamowych; • Specyfikację techniczną reklam internetowych; • Sposoby raportowania i rozliczania efektów prowadzonych działań. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planować kampanię reklamy internetowej, m.in. jej start, czas emisji, dobrać odpowiedni format reklamy, określić potencjalną skuteczność; • Zarządzać powierzchnią reklamową przedsiębiorstwa; • Monitorować i raportować przebieg kampanii reklamowej online.

Z9 Monitorowanie emisji reklam internetowych oraz wdrażanie rozwiązań zwiększających ich efektywność

WIEDZA – zna i rozumie:	UMIEJĘTNOŚCI – potrafi:
<ul style="list-style-type: none"> • Monitorowanie przebiegu kampanii reklamowej na podstawie danych <u>adserwera</u>¹; • Narzędzia analityczne badające ruch na stronie (liczba odłon, liczba unikalnych użytkowników), na której prowadzona jest sprzedaż reklam internetowych; • Narzędzia monitorujące przebieg kampanii reklamowych online, w tym ilość odłon reklamy, ilość klików w reklamę. 	<ul style="list-style-type: none"> • Korzystać z adserwera i narzędzi analitycznych stosowanych w reklamie internetowej; • Mierzyć i analizować efekty kampanii; • Monitorować i modyfikować kampanie pod kątem zwiększenia ich efektywności; • Optymalizować miejsca, w których wyświetlana jest kampania reklamowa; • Kontrolować budżet kampanii internetowej. • Raportować wyniki kampanii online.

3.4. Kompetencje społeczne

Pracownik w zawodzie **sprzedawca reklam internetowych** powinien posiadać kompetencje społeczne niezbędne do prawidłowego i skutecznego wykonywania zadań zawodowych.

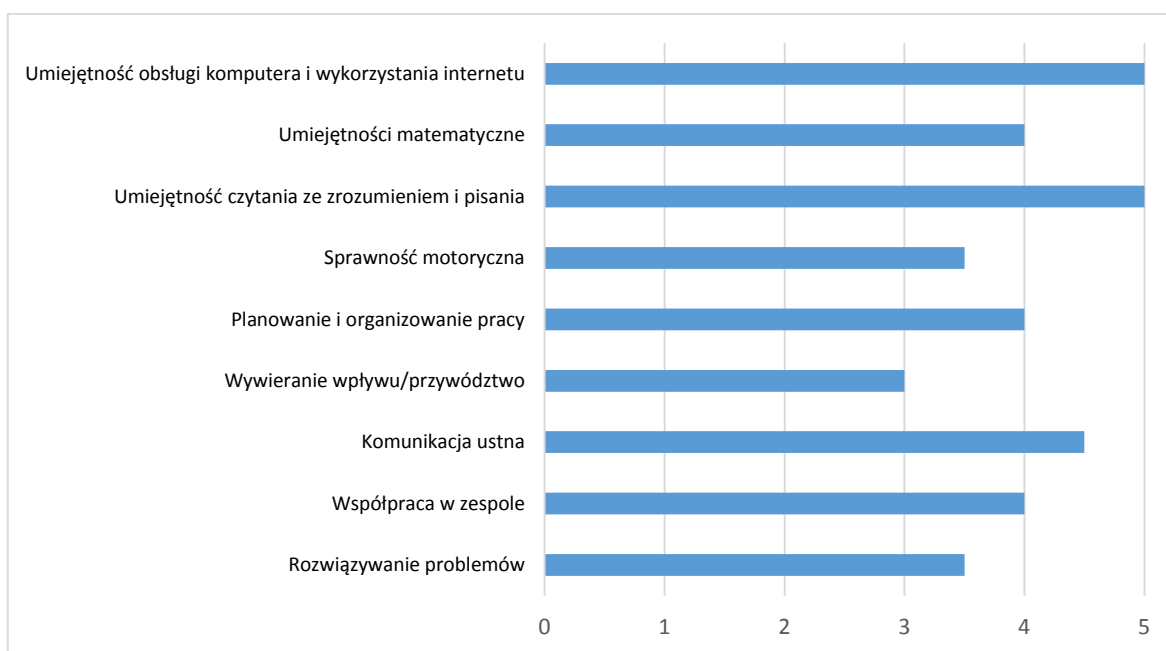
W szczególności pracownik jest gotów do:

- Ponoszenia odpowiedzialności za powierzone zadania zawodowe w zakresie sprzedaży reklam internetowych.
- Przestrzegania ogólnie przyjętych standardów etycznych, takich jak m.in. zasad uczciwości, rzetelności oraz poufności.
- Utożsamiania się ze strategią sprzedażową pracodawcy i dbania o jego wizerunek.
- Dokonywania samooceny i weryfikowania działań w zakresie realizowania zadań zawodowych.
- Wykonywania pracy samodzielnie, a także w zespole pracowniczym.
- Wykazywania inicjatywy, otwartości i zorientowania na klienta zainteresowanego zakupem powierzchni reklamowej w internecie.

- Współpracowania z zespołem wewnętrznym przedsiębiorstwa, budowania atmosfery współpracy i dążenia do celu, uczestniczenia w wypracowaniu konstruktywnych rozwiązań.
- Dbania i utrzymywania trwałych relacji z partnerami oraz klientami przedsiębiorstwa.
- Komunikowania proaktywnego z partnerami i klientami przedsiębiorstwa.
- Rozwijania kompetencji osobistych i zawodowych.

3.5. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu

Pracownik powinien posiadać 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 **sprzedawca reklam internetowych**.



Rys. 1. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu **sprzedawca reklam internetowych**

Uwaga:

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

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

Kompetencje zawodowe pracownika w zawodzie **sprzedawca reklam internetowych** nawiązują do opisów poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji.

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

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

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

4.1. Możliwości podjęcia pracy w zawodzie

Sprzedawca reklam internetowych może pracować w agencjach lub biurach reklamowych. Osoba zatrudniona na tym stanowisku może zajmować samodzielne stanowisko w firmie i współpracować z agencjami reklamowymi w zakresie różnych elementów działań reklamowych. Sprzedawca reklam internetowych może znaleźć zatrudnienie również w dziale marketingu lub promocji i reklamy w następujących instytucjach:

- wydawnictwa,
- portale internetowe,
- firmy badawcze,
- firmy konsultingowe,
- firmy infobrokerskie².

W większości regionów Polski zapotrzebowanie na zawód sprzedawcy reklam internetowych jest na poziomie zrównoważonym (2018 r.), jednak szacuje się, że w najbliższych latach będzie wzrastało zapotrzebowanie na specjalistów z tego zakresu, z uwagi na rosnące znaczenie internetu jako kanału marketingu i sprzedaży.

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://barometrzwodow.pl>

Wojewódzkie obserwatoria rynku pracy:

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

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

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

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

Pomorskie – <http://www.porp.pl>

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

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

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

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

Zielona Linia. Centrum Informacyjne Służb Zatrudnienia:

<http://zielonalinia.gov.pl>

Portal Prognozowanie Zatrudnienia:

www.prognozowaniezatrudnienia.pl

Portal EU Skills Panorama:

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

Europejski portal mobilności zawodowej EURES:

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

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

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

Kształcenie

Obecnie (2018 r.) w ramach systemu edukacji zawodowej nie prowadzi się kształcenia w zawodzie **sprzedawca reklam internetowych**.

W zawodach pokrewnych: technik handlowiec, technik informatyk, kształcenie oferują branżowe szkoły I i II stopnia oraz technika.

Kompetencje przydatne do wykonywania zawodu sprzedawca reklam internetowych można uzyskać, podejmując kształcenie w zawodach pokrewnych w zakresie kwalifikacji:

- AU.25 Prowadzenie działalności handlowej (technik handlowiec),
- EE.09 Programowanie, tworzenie i administrowanie stronami internetowymi i bazami danych (technik informatyk).

Kwalifikacyjne kursy zawodowe (dla osób dorosłych) w powyższych zawodach szkolnych mogą oferować:

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

Kwalifikacje w ww. zawodach potwierdzają (również w trybie eksternistycznym) Okręgowe Komisje Egzaminacyjne.

Osoby, które uzyskały powyższe kwalifikacje, mają możliwość otrzymania również suplementu Europass (w języku polskim i angielskim), wydawanego na prośbę zainteresowanego przez Okręgowe Komisje Egzaminacyjne (do dyplomu potwierdzającego kwalifikacje zawodowe), co ma istotne znaczenie w przypadku poszukiwania pracy za granicą.

Szkolenie

Osoba, która zamierza wykonywać zawód **sprzedawcy reklam internetowych** może nieustannie się doskonalić i zwiększać zakres swoich kompetencji poprzez udział w szkoleniach oferowanych głównie przez podmioty prywatne, tym samym zdobywając kwalifikacje rynkowe pożądane na rynku pracy.

Przykładowo tematyka szkoleń może dotyczyć:

- technik sprzedażowych,
- utrzymywania relacji z klientami,
- obsługi oprogramowania służącego do utrzymywania relacji z klientami.

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.wyberzstudia.nauka.gov.pl

Szkolnictwo zawodowe:

<https://www.ore.edu.pl/category/ksztalcenie-zawodowe-i-ustawiczne>

<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

Wynagrodzenie (2018 r.) osób pracujących w zawodzie **sprzedawca reklam internetowych** wynosi – w przybliżeniu – od 3100 zł brutto miesięcznie dla osób początkujących do 6000 zł brutto miesięcznie (w przeliczeniu na jeden etat) dla osób z kilkuletnim doświadczeniem w zawodzie.

Poziom wynagrodzeń uzależniony jest m.in. od:

- miejsca pracy (wielkość firmy i usytuowanie geograficzne),
- poziomu wykształcenia,
- posiadanych kwalifikacji,
- stażu pracy,
- wyniku testu przeprowadzonego przez potencjalnego pracodawcę,
- doświadczenia zawodowego.

Wynagrodzenie osób pracujących w zawodzie sprzedawca reklam internetowych często ma charakter prowizyjny. Oznacza to, że wynagrodzenie jest uzależnione od osiągnięcia określonych celów sprzedażowych lub spełnienia innych kryteriów, np. pozyskania określonej liczby nowych klientów. System prowizyjny jest też łączony z systemem czasowym wynagradzania, czyli zawiera stałe stawki wynagrodzenia za określony czas pracy np. w stawce godzinowej lub miesięcznej. Najczęściej jest to wysokość minimalnego wynagrodzenia, choć nie jest to regułą.

Wysokość wynagrodzenia zasadniczego ustala pracodawca z góry. Natomiast prowizja jest elementem zmiennym wynagrodzenia, zależnym od zaangażowania pracownika. Pozapłacowe składniki wynagrodzenia w zawodzie sprzedawca reklam internetowych są uwarunkowane przepisami wewnętrznymi danego pracodawcy, w ramach których są oferowane np. szkolenia zawodowe, opieka medyczna, zajęcia sportowe, bilety do kina, bony zakupowe.

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-szczebkach>

<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 **sprzedawca reklam internetowych** możliwe jest zatrudnienie osób niepełnosprawnych.

Warunkiem niezbędnym do zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami w zawodzie jest identyfikacja indywidualnych barier i dostosowanie stanowiska pracy pod względem technicznym i organizacyjnym do rodzaju niepełnosprawności:

- z dysfunkcją narządu wzroku (04-O), w przypadku możliwości skorygowania ich szklami optycznymi lub soczewkami kontaktowymi,
- z niewielką dysfunkcją kończyn górnych (05-R), która nie wyklucza wykonywania 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,
- innymi rodzajami niepełnosprawności wynikającymi z chorób układu krążenia, oddechowego, pokarmowego, moczowo-płciowego i in., pod warunkiem, że praca nie wymaga znacznego wysiłku fizycznego 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 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.).
- 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 (t.j. Dz. U. poz. 537).
- Rozporządzenie Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (t.j. Dz. U. z 2018 r. poz. 227).

Literatura branżowa:

- Bickerton P., Bickerton M., Pardesi U.: Marketing w Internecie. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006.
- Kobis P.: Marketing z Google. PWN, Warszawa 2018.
- Kotarbiński J.: Sztuka marketingu. eLitera, Warszawa 2015.
- Kotler P.: Marketing 4.0. MT Biznes, Warszawa 2017.
- Marzec K.: Adwords i Analytics zostań certyfikowanym specjalistą. PWN, Warszawa 2017.
- Mazurek G.: E-marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka. Poltext, Warszawa 2018.
- Mazurek G.: E-marketing. Strategia, planowanie, ryzyko. Poltext, Warszawa 2018.
- Szwarc-Garcia B.: Content marketing i social media. PWN, Warszawa 2017.

Zasoby internetowe [dostęp: 31.10.2018]:

- Baza danych standardów kwalifikacji/kompetencji zawodowych i modułowych programów szkoleń: <ftp://kwalifikacje.praca.gov.pl>
- BusinessInsider: <https://businessinsider.com.pl/media/marketing>
- Dobre praktyki e-mail marketingu. IAB Polska, Warszawa 2009: https://www.iab.org.pl/wp-content/uploads/2014/01/Dobre_praktyki_e-mail_marketingu.pdf
- Informator dotyczący egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie technik informatyk https://cke.gov.pl/images/_EGZAMIN_ZAWODOWY/informatory/formula_2017/351203.pdf
- Informator dotyczący egzaminu potwierdzającego kwalifikacje w zawodzie technik handlowiec https://cke.gov.pl/images/_EGZAMIN_ZAWODOWY/informatory/formula_2017/522305.pdf
- Online marketing: <https://o-m.pl>
- Portal Asystent BHP: <https://asystentbhp.pl>
- Portal Innowacji: <http://www.pi.gov.pl>
- Projekt Zintegrowany System Kwalifikacji: <http://kwalifikacje.edu.pl>
- Standardy orzecznictwa lekarskiego ZUS: <http://www.zus.pl/lekarze/publikacje/standardy-orzecznictwa-lekarskiego-zus>
- 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://www.kwalifikacje.gov.pl
Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji (ZRK)	Rejestr publiczny prowadzony w systemie teleinformatycznym ewidencjonujący kwalifikacje włączone do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji. Informacje o ZRK są dostępne pod adresem: https://rejestr.kwalifikacje.gov.pl

7.2. Definicje związane z wykonywaniem zawodu (branżowe)

Lp.	Nazwa pojęcia	Definicja	Źródło
1	Adserver	Serwer emitujący reklamy i pozwalający na zarządzanie ich emisją. Monitoruje liczbę wyświetleń i kliknięć reklamy przez każdą kampanię, m.in. pozwala także na geotargetowanie oraz targetowanie behawioralne. Taki serwer reklamowy pomaga wydawcom internetowym monitorować dostępną przestrzeń reklamową i zarządzać nią.	Definicja opracowana przez zespół ekspercki na podstawie: www.knowonlineadvertising.com/ad-server/what-is-an-ad-server [dostęp: 31.10.2018]
2	Firmy infobrokerskie	Firmy zajmujące się pozyskiwaniem, oceną, analizą i dostarczaniem różnego rodzaju informacji.	Definicja opracowana przez zespół ekspercki na podstawie: www.infrobrokerka.pl [dostęp: 31.10.2018]
3	Media internetowe	Internetowe środki masowego przekazu, którymi są m.in.: portale, wortale, blogi, radiowe i telewizyjne stacje internetowe, mające na celu przekazanie informacji i dotarcie do jak największej ilości odbiorców.	Definicja opracowana przez zespół ekspercki na podstawie: http://edutrends.pl/media-w-internecie [dostęp: 31.10.2018]
4	SEO (Search Engine Optimization)	Jest to proces, którego celem jest zwiększenie pozycji strony www w darmowych wynikach wyszukiwania, co ma pozwolić na zwiększenie liczby odwiedzin witryny, a tym samym wzrost liczby wejść.	Definicja opracowana przez zespół ekspercki na podstawie: www.semtec.pl [dostęp: 31.10.2018]
5	Telepraca	Praca wykonywana w sposób regularny poza zakładem pracy z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej.	Definicja opracowana przez zespół ekspercki na podstawie: Art. 675 § 1 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy http://prawo.sejm.gov.pl/isap.nsf/DocDetails.xsp?id=WDU19740240141 [dostęp: 31.10.2018]
6	Zespół cieśni nadgarstka	Zaburzenie funkcji nerwu pośrodkowego w następstwie przewlekłego ucisku. Jego rozwojowi sprzyja przeciążenie ręki wykonywaniem powtarzających się czynności.	Definicja opracowana przez zespół ekspercki na podstawie: www.poradnikzdrowie.pl [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.