



ULUSAL YETERLİLİK

17UY0320-4

PAZARLAMA ELEMANI

SEVİYE 4

REVİZYON NO:00

TADİL NO: 01

MESLEKİ YETERLİLİK KURUMU

Ankara, 2017

ÖNSÖZ

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) Ulusal Yeterliliği 5544 sayılı Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) Kanunu ile anılan Kanun uyarınca çıkartılan 19/10/2015 tarihli ve 29507 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ulusal Meslek Standartlarının ve Ulusal Yeterliliklerin Hazırlanması Hakkında Yönetmelik ve 27/11/2007 tarihli ve 26713 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Mesleki Yeterlilik Kurumu Sektör Komitelerinin Kuruluş, Görev, Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik hükümlerine göre MYK’nın görevlendirdiği Ankara Ticaret Odası (ATO) tarafından hazırlanmış, sektördeki ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak değerlendirilmiş ve MYK Ticaret Sektör Komitesi tarafından incelendikten sonra MYK Yönetim Kurulunca onaylanmıştır.

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) Ulusal Yeterliliği Başkanlık Makamı’nın 10/06/2020 tarih ve 1570 sayılı kararı ile tadil edilmiştir.

Mesleki Yeterlilik Kurumu

GİRİŞ

Ulusal yeterliliğin hazırlanmasında, sektör komitelerinde incelenmesinde ve MYK Yönetim Kurulu tarafından onaylanarak yürürlüğe konulmasında temel ölçütler Ulusal Meslek Standartlarının ve Ulusal Yeterliliklerin Hazırlanması Hakkında Yönetmelik'te belirlenmiştir.

Ulusal yeterlilikler için temel ölçütler aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

- a) Ulusal yeterlilikler, ulusal meslek standartları veya uluslararası standartlara dayalı olarak oluşturulur.
- b) Ulusal yeterlilikler katılımcı bir anlayışla hazırlanır ve ilgili tarafların görüş ve katkısı alınır.
- c) Ulusal yeterlilikler, mesleki alana ilişkin iş sağlığı ve güvenliği, çevre ve kalite ile ilgili hususları kapsar.
- d) Ulusal yeterlilikler kullanıcılar tarafından anlaşılacak şekilde yazılır.
- e) Ulusal yeterlilikler hayat boyu öğrenme ilkesi çerçevesinde bireyin kendini geliştirmesini ve meslekte ilerlemesini teşvik eder.
- f) Ulusal yeterlilikler açık veya gizli hiçbir ayrımcılık unsuru içermez.
- g) Ulusal yeterlilikler, bireyin bilgi, beceri ve yetkinliğinin kalite güvencesi dâhilinde ölçülmesini temin eden unsurları içerir.

17UY0320-4 PAZARLAMA ELEMANI ULUSAL YETERLİLİĞİ

1	YETERLİLİĞİN ADI	Pazarlama Elemanı
2	REFERANS KODU	17UY0320-4
3	SEVİYE	4
4	ULUSLARARASI SINIFLANDIRMADAKİ YERİ	ISCO 08: 3322 (Ticari satış temsilcileri)
5	TÜR	-
6	KREDİ DEĞERİ	-
7	A)YAYIN TARİHİ	23/08/2017
	B)REVİZYON/TADİL NO	Rev. No: 00 Tadil No: 01
	C)REVİZYON/ TADİL TARİHİ	- 01 No'lu Tadil 10/06/2020-1570
8	AMAÇ	<p>Pazarlama Elemanı (Seviye 4) mesleğinin nitelikli kişiler tarafından yürütülmesi ve çalışmalarda kalitenin artırılması için;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adayların sahip olması gereken nitelikleri, bilgi, beceri ve yetkinlikleri tanımlamak, • Adayların, geçerli ve güvenilir bir belge ile mesleki yeterliliğini kanıtlamasına olanak vermek, • Eğitim sistemine, sınav ve belgelendirme kuruluşlarına referans ve kaynak oluşturmaktır.
9	YETERLİLİĞE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDART(LAR)I	
13UMS0364-4 Pazarlama Elemanı (Seviye 4) Ulusal Meslek Standardı		
10	YETERLİLİK SINAVINA GİRİŞ ŞART(LAR)I	
-		
11	YETERLİLİĞİN YAPISI	
11-a) Zorunlu Birimler		
17UY0320-4/A1: İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevre Koruma 17UY0320-4/A2: Veri Toplama, Düzenleme, Değerlendirme 17UY0320-4/A3: Pazarlama Süreçlerinin Yürütülmesi		
11-b) Seçmeli Birimler		
-		
11-c) Birimlerin Gruplandırılma Alternatifleri ve İlave Öğrenme Çıktıları		
Adayın yeterlilik belgesi alabilmesi için zorunlu yeterlilik birimlerinin tamamından başarılı olması gerekmektedir.		
12	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) Mesleki Yeterlilik Belgesini elde etmek isteyen adaylar birimlerde tanımlanan sınavlara tabi tutulur. Adayların mesleki yeterlilik belgesini alabilmeleri için birimlerde tanımlanan sınavlardan başarılı olmaları şartı vardır. Yeterlilik birimlerindeki teorik ve performansa dayalı sınavları her bir birim için ayrı ayrı yapılabileceği gibi birlikte de yapılabilir. Ancak her birimin değerlendirmesi bağımsız yapılmalıdır.

Yeterlilik birimlerinin geçerlilik süresi, birimin başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır. Yeterlilik birimlerinin birleştirilerek bir yeterliliğin elde edilebilmesi için tüm birimlerin geçerliliğini koruyor olması gerekmektedir.

13	BELGE GEÇERLİLİK SÜRESİ	Belgenin geçerlilik süresi beş (5) yıldır.
14	GÖZETİM SIKLIĞI	-
15	BELGE YENİLEMEDE UYGULANACAK ÖLÇME-DEĞERLENDİRME YÖNTEMİ	5 yıllık geçerlilik süresinin sonunda belge sahibinin performansı, aşağıda tanımlanan yöntemlerden en az biri kullanılarak değerlendirmeye tabi tutulur; a) 5 yıl belge geçerlilik süresi içerisinde toplamda en az iki yıl veya son altı ay boyunca ilgili alanda çalıştığını gösteren kayıtları (hizmet dökümü, referans yazısı/mektubu, sözleşme, fatura, portfolyo, vb.) sunmak. Yeterlilik kapsamında yer alan yeterlilik birimleri için tanımlanan performansa dayalı sınavlardan (P1) başarılı olmak. Bu şartlardan en az birini yerine getiren adayların belge geçerlilik süreleri 5 yıl daha uzatılır.
16	YETERLİLİĞİ GELİŞTİREN KURULUŞ(LAR)	Ankara Ticaret Odası (ATO)
17	YETERLİLİĞİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi
18	MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ VE SAYISI	23/08/2017-2017/70

17UY0320-4/A1 İŞ SAĞLIĞI ve GÜVENLİĞİ İLE ÇEVRE KORUMA YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevre Koruma
2	REFERANS KODU	17UY0320-4/A1
3	SEVİYE	4
4	KREDİ DEĞERİ	-
5	A)YAYIN TARİHİ	23/08/2017
	B)REVİZYON/TADİL NO	Rev. No: 00 Tadil No: 01
	C)REVİZYON/ TADİL TARİHİ	- 01 No'lu Tadil 10/06/2020-1570
6	YETERLİLİK BİRİMİNE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDARDI	
13UMS0364-4 Pazarlama Elemanı (Seviye 4) Ulusal Meslek Standardı		
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	
<p><u>Öğrenme Çıktısı 1: İş ortamında İSG ve acil durum önlemlerine ilişkin prosedürleri açıklar.</u> Başarım Ölçütleri 1.1: İş ortamının özelliklerine göre, İSG kural ve önlemlerini açıklar. 1.2:Acil durum önlemlerini açıklar.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 2: İş ortamında çevre koruma önlemlerine ilişkin prosedürleri açıklar.</u> Başarım Ölçütleri: 2.1: Ofis ortamında çevre koruma uygulamalarına dair kuralları açıklar. 2.2: Üründen kaynaklanan çevre risklerine yönelik önlem ve uygulamaları belirler.</p>		
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		
(T1) Çoktan Seçmeli Sorularla Sınav: A1 birimine yönelik teorik sınav Ek A1-2'de yer alan "Bilgiler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Teorik sınavda adaylara on (10) soruluk 4 seçenekli çoktan seçmeli ve her biri eşit puan değerinde yazılı sınav (T1) uygulanmalıdır. Çoktan seçmeli sorularla düzenlenmiş sınavda yanlış cevaplandırılan sorulardan herhangi bir puan indirim yapılmaz. Sınavda adaylara her soru için ortalama bir-iki (1-2) dakika zaman verilir. Yazılı sınavda soruların en az %70'ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A1-2) ölçmelidir.		
8 b) Performansa Dayalı Sınav		
-		
8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar		
Adayın söz konusu birimden başarılı sayılması için T1 sınavından başarılı olması gerekir. Yeterlilik biriminin geçerlilik süresi birimin başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır.		
9	YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)	Ankara Ticaret Odası (ATO)
10	YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi
11	MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ ve SAYISI	23/08/2017-2017/70

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK A1-1: Yeterlilik Biriminin Kazandırılması için Tavsiye Edilen Eğitime İlişkin Bilgiler

Bu birimin kazandırılması için aşağıda tanımlanan eğitim içeriğine sahip bir eğitim programının tamamlanması tavsiye edilir.

1. Ofis ortamlarında İSG ve çevre koruma
2. İşletmeler için İSG mevzuatı ve uygulamaları
3. İmalatta çevre koruma mevzuatı ve uygulamaları
4. Hizmetlerde çevre koruma mevzuatı ve uygulamaları

EK A1-2: Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi

a) BİLGİLER

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.1	Ofis güvenlik önlemlerini mesleki kapsam ve mevzuatına göre açıklar.	A.1.1-3	1.1	T1
BG.2	Ofis yangın önlemlerini mesleki kapsam ve mevzuatına göre açıklar.	A.1.2	1.1	T1
BG.3	Çalışanlara dair sağlık gözetimi kural ve uygulamalarını mevzuata göre açıklar.	A.1.1-3	1.1	T1
BG.4	Çalışanlara dair iş kazası durumlarının kural ve uygulamalarını mevzuata göre açıklar.	A.1.1-3	1.1	T1
BG.5	Ofis acil durum önlem ve prosedürlerini mesleki kapsam ve mevzuatına göre açıklar.	A.2.1.-5	1.2	T1
BG.6	Ofis atıklarının bertarafına yönelik önlem ve kuralları açıklar.	A.3.3	2.1	T1
BG.7	Ofis ekipmanlarının çevre güvenliğine uygun kullanımına yönelik önlemleri açıklar.	A.3.4	2.1	T1
BG.8	Belirlenen bir ürünün pazarlama uygulamalarında, çevre koruma faktörünün pazar geliştirme açısından etkilerini belirler.	A.3.1	2.2	T1
BG.9	Üründen kaynaklanan çevre riskleri için kamuoyunda olumlu imaj geliştirmeye yönelik faaliyetleri belirler.	A.3.2	2.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
-				

17UY0320-4/A2 VERİ TOPLAMA, DÜZENLEME, DEĞERLENDİRME YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Veri Toplama, Düzenleme, Değerlendirme
2	REFERANS KODU	17UY0320-4/A2
3	SEVİYE	4
4	KREDİ DEĞERİ	-
5	A)YAYIN TARİHİ	23/08/2017
	B)REVİZYON/TADİL NO	Rev. No: 00 Tadil No: 01
	C)REVİZYON/ TADİL TARİHİ	- 01 No'lu Tadil 10/06/2020-1570
6	YETERLİLİK BİRİMİNE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDARDI	13UMS0364-4 Pazarlama Elemanı (Seviye 4) Ulusal Meslek Standardı
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	<p><u>Öğrenme Çıktısı 1: Pazarlama planlamasına yönelik veri düzenleme ve raporlama uygulamalarını yapar.</u> Başarım Ölçütleri 1.1: Mevcut durum analizine ve bilgi sistemi oluşturmaya yönelik veri toplama, düzenleme ve raporlama çalışmalarını yapar. 1.2: Pazarlama karmasının yönetimine dair verileri düzenler.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 2: Ürün geliştirme, markalaşma ve tutundurmaya yönelik verileri düzenler.</u> Başarım Ölçütleri 2.1: Ürün geliştirme ve piyasaya yönelik verileri düzenler. 2.2: Markalaşmaya ve tutundurmaya yönelik verileri düzenler. 2.3: İşletme ve/veya marka imajına yönelik verileri düzenler.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 3: Ürün/hizmetin dağıtım ağı ve müşteri ilişkilerinin yürütülmesine dair veri düzenleme ve raporlama uygulamalarını gerçekleştirir.</u> Başarım Ölçütleri 3.1: Dağıtım ağı araçlarına ilişkin verilerin türlerini açıklar. 3.2: Müşteri ilişkileri yönetimine dair veri türleri ve sistem yazılımlarının temel içeriğini açıklar. 3.3: Müşteri hizmetlerine ilişkin belirlenen kriterlere göre, müşteri memnuniyeti ve/veya şikâyetlerine dair verileri tasnifleyerek raporlar.</p>
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		
(T1) Çoktan Seçmeli Sorularla Sınav: A2 birimine yönelik teorik sınav Ek A2-2'de yer alan "Bilgiler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Teorik sınavda adaylara en az yirmi (20) soruluk 4 seçenekli çoktan seçmeli ve her biri eşit puan değerinde yazılı sınav (T1) uygulanmalıdır. Çoktan seçmeli sorularla düzenlenmiş sınavda yanlış cevaplandırılan sorulardan herhangi bir puan indirimi yapılmaz. Sınavda adaylara her soru için ortalama bir-iki (1-2) dakika zaman verilir. Yazılı sınavda soruların en az %70'ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A2-2) ölçmelidir.		
8 b) Performansa Dayalı Sınav		

(P1): A2 birimine yönelik performansa dayalı sınav Ek A2-2’de yer alan “Beceriler ve Yetkinlikler” kontrol listesine göre gerçekleştirilir.

Performans sınavında; beceri ve yetkinlik ifadelerinde yer alan ölçütlere uygun senaryo(lar), veri setleri, bilgi notları ve diğer açıklayıcı dokümanlar kullanılarak, adayların pazarlama süreçlerine dair verileri toplama, işleme ve raporlama ile bu süreçlerde yöntemlere ve dokümantasyona hakimiyeti gözlemlenecektir. Bu amaçla;

- Ek A2-2’de yer alan beceri ve yetkinlik uygulamalarını yaparak uygulamaların içerdiği çıktıları oluşturması istenir.
- Değerlendiriciler gerekli gördükleri noktalarda, belirlenecek kurallara göre sözel sorular sorup açıklamalar isteyebilirler. Bu soru ve açıklamaların içeriği ve kapsamı performans kontrol listelerinde tanımlanacaktır. Performansa dayalı sınavın süresi gerçek uygulama şartlarındaki süreye karşılık gelmelidir.

Adayın, performans sınavından başarı sağlaması için kritik adımların tamamından başarılı performans göstermek koşuluyla sınavın genelinden asgari %70 başarı göstermesi gerekir. Performansa dayalı sınavın süresi, uygulamanın kapsamına göre tespit edilerek sınav kontrol listesinde belirtilir.

Performansa dayalı sınav gerçeğine uygun olarak düzenlenmiş çalışma ortamında ve çalışma ekipmanları ile gerçekleştirilir. Beceri ve yetkinlik ifadelerinin (Ek A2-2) tamamı performansa dayalı sınav ile ölçülmelidir.

8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar

Adayın söz konusu birimden başarılı sayılması için T1 ve P1 sınavından başarılı olması gerekir. Yeterlilik biriminin geçerlilik süresi birimin başarılı olduğu tarihten itibaren 2 yıldır.

Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarılı olduğu tarihten itibaren 1 yıldır. Birimin elde edilebilmesi için başarılı sınav tarihleri arasındaki süre farkı bir yılı geçemez.

9	YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)	Ankara Ticaret Odası (ATO)
10	YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi
11	MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ ve SAYISI	23/08/2017-2017/70

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK A2-1: Yeterlilik Biriminin Kazandırılması için Tavsiye Edilen Eğitime İlişkin Bilgiler

Bu birimin kazandırılması için aşağıda tanımlanan eğitim içeriğine sahip bir eğitim programının tamamlanması tavsiye edilir.

1. Temel istatistik ve raporlama yöntemleri
2. Pazarlamada mevcut durum analizi ve bilgi sistemi oluşturma işlemleri
3. Pazarlama karması oluşturmada veri kullanımı işlemleri
4. Pazarlamada ürün geliştirme, markalaşma ve tutundurmada veri toplama ve işleme süreçleri
5. Pazarlamada dağıtım ağı araçları bilgilerinin toplanması ve işlenmesi
6. Müşteri ilişkileri bilgi sistemlerinin yapısı ve işlevleri

EK A2-2: Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi

a) BİLGİLER

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.1	Pazarlama birimi iş planlamasına yönelik belirlenen mevcut durum analizi için kullanılacak veri türlerini açıklar.	C.1.1, C.2.1-2-4, B.1.2-3	1.1	T1
BG.2	Temel istatistik kavramlarını tanımlar.	C.1.1, C.2.1-2-4, B.1.2-3	1.1	T1
BG.3	Veri düzenleme tekniklerini tanımlar.	C.1.1, C.2.1-2-4, B.1.2-3	1.1	T1
BG.4	Pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcama kalemlerini tanımlar.	C.3.4	1.2	T1
BG.5	Pazarlama faaliyetlerine dair bütçeye yönelik gelir ve gidere ilişkin verileri listeler.	C.3.4	1.2	T1
BG.6	Bütçe planlamasında kullanacak talep tahmin yöntemine uygun verileri listeler.	C.3.4	1.2	T1
BG.7	Ürün geliştirmeye yönelik kullanılacak veri türlerini ve kaynaklarını ayırt eder.	D.1.2-5, D.3.1-4	2.1	T1
BG.8	Ürünün, ürün yaşam eğrisinin hangi aşamasında bulunduğunu tespit ederek yaşam aşamasına uygun pazarlama faaliyetlerini belirler.	D.1.2-5, D.3.1-4	2.1	T1
BG.9	Temel satış tekniklerini açıklar.	D.4.3, D.5.2	2.2	T1
BG.10	Müşteri bölüm(ler)ine uygun tanıtım mecralarını açıklar.	D.4.1-2-6-7	2.2	T1
BG.11	Kurumsal olarak imaj ve itibar arasındaki farkı açıklar.	D.6.1-3	2.3	T1
BG.12	Dağıtım ağı araçlarının kapasite, altyapı, satış ve performans ile ilgili veri türlerini ve kaynaklarını ayırt eder.	E.1.2-4, E.3.1	3.1	T1
BG.13	Dağıtım ağı aracı türlerine göre özelliklerini açıklar.	E.1.2-4, E.3.1	3.1	T1
BG.14	Müşteri ilişkileri yönetiminin temel kavramlarını açıklar.	F.1.1-3	3.2	T1
BG.15	Pazarlamada müşteri profili ve bölümlenmeleri için esas alınan temel veri türleri ve değişkenleri ayırt eder.	F.1.1-3	3.2	T1
BG.16	Müşteri ilişkileri yönetim sistemi programlarının ve ana modüllerinin işlevlerini ayırt eder.	F.1.1-3	3.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BY.1	Belirlenen verilere ve analiz kapsamına uygun raporlama formatını belirleyerek rapor hazırlar.	C.1.2	1.1	P1
BY.2	Ürün/ hizmetlere dair bilgilere göre, tüketici segmentleri (ayrımları) oluşturur.	C.2.3	1.1	P1
(*) BY.3	Pazarlama karması verilerini, belirlenmiş performans göstergelerine göre düzenleyerek raporlar.	C.4.1-2	1.2	P1
BY.4	Bütçe verilerini belirlenen değişkenlere göre yorumlar.	C.3.4	1.2	P1
BY.5	Ürün geliştirmeye ilişkin verileri belirlenen ölçütlere göre düzenler.	D.1.2-5, D.3.1-4	2.1	P1
BY.6	Tanıtım ve/veya tutundurmaya dair verileri, belirlenen müşteri bölümü/bölgelerine göre düzenler.	D.2.2-3	2.2	P1
BY.7	Ürün(ler)e ilişkin tanıtım faaliyetleri ve mecraları ile ilgili belirlenen verileri, verilen ölçütlere göre bulgular halinde düzenleyerek raporlar.	D.4.1-2-6-7	2.2	P1
BY.8	Bir ürün/marka/firmanın imajına dair verileri, belirlenen ölçütlere göre, bulgu halinde düzenleyen bir rapor hazırlar.	D.6.1-3	2.3	P1
BY.9	Hedef kitleye verilecek olan mesaj içeriğini, uygun mecra ve kaynakla ilişkilendirir.	D.6.1-3	2.3	P1
BY.10	Yüz yüze ve/veya telefonda görüşme tekniklerini kullanarak müşteri ile belirlenen kapsam ve ölçütlere göre bir görüşme yapar.	F.2.1, D.5.1	3.3	P1
BY.11	Satış sonrası hizmetlerde yaşanan olumsuzluklara dair belirlenen verileri düzenleyerek rapor hazırlar.	F.3.2	3.3	P1

(*) Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar

17UY0320-4/A3 PAZARLAMA SÜREÇLERİNİN YÜRÜTÜLMESİ YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Pazarlama Süreçlerinin Yürütülmesi
2	REFERANS KODU	17UY0320-4/A3
3	SEVİYE	4
4	KREDİ DEĞERİ	-
5	A)YAYIN TARİHİ	23/08/2017
	B)REVİZYON/TADİL NO	Rev. No: 00 Tadil No: 01
	C)REVİZYON/ TADİL TARİHİ	- 01 No'lu Tadil 10/06/2020-1570
6	YETERLİLİK BİRİMİNE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDARDI	
13UMS0364-4 Pazarlama Elemanı (Seviye 4) Ulusal Meslek Standardı		
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	
<p><u>Öğrenme Çıktısı 1: Pazarlama süreçlerinin organizasyonuna dair işlemleri yürütür.</u> Başarım Ölçütleri 1.1: Pazarlama birimi iş süreçlerinin yürütülmesindeki planlama ve organizasyonları belirler. 1.2: Pazarlama süreçlerinin verimliliği ve niteliğinin geliştirilmesine yönelik uygulamaların işlemlerini açıklar. 1.3: Pazarlama planının oluşturulmasına yönelik işlemleri yürütür.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 2: Ürün geliştirmeye dair işlemleri yürütür.</u> Başarım Ölçütleri 2.1: Ürünün markalaşma ve tutundurma işlemlerini uygular. 2.2: Ürün satışının geliştirilmesi için pazarlama planına uygun işlemleri gerçekleştirir.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 3: Ürün dağıtım ağı ve müşteri ilişkilerinin sürdürülmesine yönelik çalışmaları gerçekleştirir.</u> Başarım Ölçütleri 3.1: Dağıtım ağı ilişkilerinin yürütülmesine dair işlemleri yapar. 3.2: Müşteri ilişkilerinin geliştirilmesi ve sürdürülmesine yönelik işlemleri gerçekleştirir.</p>		
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		
(T1) Çoktan Seçmeli Sorularla Sınav: A3 birimine yönelik teorik sınav Ek A3-2'de yer alan "Bilgiler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Teorik sınavda adaylara en az yirmi (20) soruluk 4 seçenekli çoktan seçmeli ve her biri eşit puan değerinde yazılı sınav (T1) uygulanmalıdır. Çoktan seçmeli sorularla düzenlenmiş sınavda yanlış cevaplandırılan sorulardan herhangi bir puan indrimi yapılmaz. Sınavda adaylara her soru için ortalama bir-iki (1-2) dakika zaman verilir. Yazılı sınavda soruların en az %70'ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A3-2) ölçmelidir.		
8 b) Performansa Dayalı Sınav		
(P1): A3 birimine yönelik performansa dayalı sınav Ek A3-2'de yer alan "Beceriler ve Yetkinlikler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir.		
Performans sınavında; beceri ve yetkinlik ifadelerinde yer alan ölçütlere uygun senaryo(lar), veri setleri,		

bilgi notları ve diğer açıklayıcı dokümanlar kullanılarak, adayların pazarlama süreçlerinin yürütülmesinde; süreçlere yöntemlere ve dokümantasyonlara hâkimiyeti gözlemlenecektir. Bu amaçla;

- Ek A3-2’de yer alan beceri ve yetkinlik uygulamalarını yaparak uygulamaların içerdiği çıktıları oluşturması istenir.
- Değerlendiriciler gerekli gördükleri noktalarda, belirlenecek kurallara göre sözel sorular sorup açıklamalar isteyebilirler. Bu soru ve açıklamaların içeriği ve kapsamı performans kontrol listelerinde tanımlanacaktır. Performansa dayalı sınavın süresi gerçek uygulama şartlarındaki süreye karşılık gelmelidir.

Adayın, performans sınavından başarı sağlaması için kritik adımların tamamından başarılı performans göstermek koşuluyla sınavın genelinden asgari %70 başarı göstermesi gerekir. Performansa dayalı sınavın süresi, uygulamanın kapsamına göre tespit edilerek sınav kontrol listesinde belirtilir.

Performansa dayalı sınav gerçeğine uygun olarak düzenlenmiş çalışma ortamında ve çalışma ekipmanları ile gerçekleştirilir. Beceri ve yetkinlik ifadelerinin (Ek A3-2) tamamı performansa dayalı sınav ile ölçülmelidir.

8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar

Adayın söz konusu birimden başarılı sayılması için T1 ve P1 sınavından başarılı olması gerekir. Yeterlilik biriminin geçerlilik süresi birimin başarılı olduğu tarihten itibaren 2 yıldır.

Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarılı olduğu tarihten itibaren 1 yıldır. Birimin elde edilebilmesi için başarılı sınav tarihleri arasındaki süre farkı bir yılı geçemez.

9	YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)	Ankara Ticaret Odası (ATO)
10	YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi
11	MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ ve SAYISI	23/08/2017-2017/70

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK A3-1: Yeterlilik Biriminin Kazandırılması için Tavsiye Edilen Eğitime İlişkin Bilgiler

Bu birimin kazandırılması için aşağıda tanımlanan eğitim içeriğine sahip bir eğitim programının tamamlanması tavsiye edilir.

1. Temel ofis yönetimi uygulamaları
2. Pazarlamada toplam kalite yönetimi süreç ve uygulamaları
3. Pazarlamada stratejik planlama süreç ve uygulamaları
4. Markalaşma ve tutundurma uygulamaları
5. Temel satış teknikleri
6. Satış geliştirme
7. Dağıtım ağı oluşturma ve takibi işlemleri
8. Müşteri ilişkileri geliştirme uygulamaları

EK A3-2: Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi

a) BİLGİLER

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.1	Belirlenen faaliyete uygun, ihtiyaç kalemlerini belirler.	B.3.1-3	1.1	T1
BG.2	Bilgi kayıt ve güvenliğine yönelik işletme içi önlemleri belirler.	B.4.1-4	1.1	T1
BG.3	Kalite yönetim sistemi temel terimlerini tanımlar.	A.4.1-4, A.5.1-2	1.2	T1
BG.4	Kalite yönetim sisteminin temel dokümantasyon formatının özelliklerini ayırt eder.	A.4.1-4, A.5.1-2	1.2	T1
BG.5	Pazarlama uygulamalarına ilişkin uygunsuzlukların kök neden(ler)ini açıklar.	A.5.3-4	1.2	T1
BG.6	Pazarlama uygulamalarına ilişkin uygunsuzluğu, ortadan kaldıracak düzeltici faaliyet(ler) i ayırt eder.	A.5.3-4	1.2	T1
BG.7	Kurumsal kaynak planlama sistem programlarının bileşenlerine göre işlevlerini tanımlar.	A.6.1-2	1.2	T1
BG.8	Fiyatlandırma ve satış geliştirme faaliyetleri arasındaki ilişki(ler) i açıklar.	C.3.1-2	1.3	T1
BG.9	Pazarlama karmasının temel bileşenlerini açıklar.	C.3.5-D.4.4	1.3	T1
BG.10	Pazar bölümlendirmede uyulacak kriterleri açıklar.	C.3.5-D.4.4	1.3	T1
BG.11	Markalaşma sürecinin temel aşamalarını açıklar.	D.1.1	2.1	T1
BG.12	Belirlenen ürün özellik(ler)ine göre, müşteriye sunduğu/sunabileceği fayda(lar) ı ayırt eder.	D.1.1	2.1	T1
BG.13	Belirlenen müşteri bölümü özellikleri ile ürün özellikleri ve faydalarını ilişkilendirir.	F.2.2	2.1	T1
BG.14	Pazarlama iletişiminin temel kapsam, kavram ve mecralarını tanımlar.	D.4.5	2.2	T1
BG.15	Dağıtım ağı aracı türlerine göre özelliklerini açıklar.	E.1.1, C.3.3	3.1	T1
BG.16	Dağıtım ağı araçlarının değerlendirilmesine ilişkin belgelerin içeriğini tanımlar.	E.1.3-4	3.1	T1
BG.17	Dağıtım ağı araçlarının değerlendirilmesine ilişkin kaynakları tanımlar.	E.1.3-4	3.1	T1
BG.18	Dağıtım ağı araçlarına ilişkin uygunsuzlukların kök neden(ler)ini açıklar.	E.2.5, E.3.2-3	3.1	T1
BG.19	Belirlenen müşteri bölümü, ürün ve pazarlama strateji(ler) i ile müşteri hizmet kapasitesi doğrultusunda müşteri ilişkilerinin aşamalarını ve/veya içeriğini tanımlar.	F.2.3-4	3.2	T1
BG.20	Belirlenen müşteri bölümü, ürün ve pazarlama strateji(ler) i ile müşteri hizmet kapasitesi doğrultusunda hizmet sürecindeki satış öncesi, satış esnası ve satış sonrası aşamaları ve/veya içeriğini tanımlar.	F.2.3-4	3.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
(*) BY.1	Belirlenen işletme mevcut durumu ve pazarlama planlaması bilgilerine göre, dönemlik pazarlama faaliyetlerini çıkarır.	B.1.1-4-5-6	1.1	P1
BY.2	Fuar/sergi etkinliği için, belirlenen bilgilere göre, başvuru ve katılımdan itibaren etkinlik sonuçlanıncaya kadarki sürece yönelik iş adımlarını içeren bir uygulama planını hazırlar.	B.5.1-5	1.1	P1
BY.3	Verilen pazarlama stratejisi ve bilgilere göre, belli bir satış hedefi ve müşteri bölümü için temel pazarlama karması bileşenlerini oluşturur.	C.3.5D.4.4	1.3	P1
BY.4	Belirlenen ürün ve müşteri bölümü bilgilerine göre, yeni bir ürün (hizmet dâhil) lansmanı için test/pilot uygulama planı hazırlar.	D.2.1	2.1	P1
BY.5	Doğrudan pazarlama ve kitlesel iletişim araçları haricindeki bir mecra için, dokümanter bir tanıtım materyalinin oluşturulması ve dağıtımına yönelik iş adımlarını içeren bir uygulama planını, belirlenen bilgilere göre hazırlar.	D.4.5	2.2	P1
BY.6	Belirlenen koşul ve bilgilere göre alternatif satış uygulaması önerisine dair bir plan hazırlar.	D.5.3	2.2	P1
BY.7	Belirlenen durum, koşullar ve bilgilere göre, dağıtım ağı araçlarının ihtiyaç, beklenti ve önerilerini belirleme ve bilgilendirmeye yönelik bir toplantı için akış ve içerik planı hazırlar.	E.2.1, E.2.3	3.1	P1
BY.8	Bir dağıtım ağı aracısının düzeltici faaliyetine yönelik belirlenen koşul ve bilgilere göre, değerlendirme raporu hazırlar.	E.2.5, E.3.2-3	3.1	P1
BY.9	Belirlenen pazarlama strateji(ler)i, satış, hedef kitle ve ürün özelliklerine yönelik bilgilere göre, kişiselleştirilmiş bir tutundurma programını, uygun iletişim aracı/araçlarını da içerecek şekilde hazırlar.	F.2.3-4	3.2	P1

(*) Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar

YETERLİLİK EKLERİ

EK 1: Yeterlilik Birimleri

17UY0320-4/A1: İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevre Koruma
17UY0320-4/A2: Veri Toplama, Düzenleme, Değerlendirme
17UY0320-4/A3: Pazarlama Süreçlerinin Yürütülmesi

EK 2: Terimler, Simgeler ve Kısaltmalar

AR-GE: Teknolojinin gelişmesini sağlayacak yeni bilgileri elde etmek veya mevcut bilgilerle yeni malzeme, ürün ve araçlar üretmek, bilgiye dayalı sistematik olarak yeni projeler üretebilmek, süreç ve hizmetler oluşturmak veya mevcut olanları geliştirmek amacı ile yapılan araştırma ve geliştirme çalışmalarını,

BÜTÜNLEŞİK PAZARLAMA İLETİŞİMİ: Belli bir pazarlama hedefine ulaşabilmek için birden fazla pazarlama iletişimi metodunun bir arada ve uyum içinde kullanılmasını,

DAĞITIM AĞI ARACILARI/DAĞITIM KANALI ARACILARI/DAĞITIM KANALI ÜYELERİ: Üretimi tamamlanmış ürünlerin fiziksel dağıtımını üstlenen, ürünlerin mülkiyet ve değer değişimine yardımcı olan kişi, kurum ve kuruluşları,

DÜZELTİCİ FAALİYET: İşletmenin yönetim süreçleri ve/veya pazarlama süreçlerine ilişkin saptanmış veya bir uygunsuzluğun sebebinin veya istenmeyen diğer durumların ortadan kaldırılması için yapılan faaliyetleri,

FİZİBİLİTE: Mevcut durum ve kaynaklara göre, herhangi bir girişimin işletme, yöntem, fonksiyon, olası performans, maliyet ve ekonomi yönlerinden, yapılabiliğini ve uygulanabilirliğini sistematik olarak analiz edip değerlendiren çalışmaları ve raporları,

HEDEF PAZAR: İşletmelerin mallarını satmak için pazarlama çabalarını odaklandıkları piyasayı,

ISCO: Uluslararası Standart Meslek Sınıflamasını,

İSG: İş Sağlığı ve Güvenliğini,

İSKONTO: Peşin alındığı veya belli şartlara uyulduğu takdirde mal bedelinden yapılan indirimini,

KADEMELİ SATIŞ: Mal ya da hizmetlerin kişi, kurum, kuruluşlar aracılığıyla kişilerarası ilişkilere dayalı olarak dağıtımının ve satışının yapılmasını,

KALİTATİF: Pazarlama probleminin tanımlanmasında, ürünler hakkında hedef grubun duyuğu, düşünce ve davranış biçimlerini, eğilimlerini küçük örnek gruplarıyla derinlemesine inceleyen analiz yöntemini,

KAMPANYALI SATIŞ: Tüketiciyi özendirmek için belli sürelerde düzenlenen indirimli veya taksitli satışı,

KANTİTATİF: Pazarı ve pazardaki değişimleri (tüketiciler, rakipler, pazar verileri) sayısal olarak (statiksel) ölçme ve ölçümlemeye dayalı analiz yöntemini,

KİŞİSEL SATIŞ: Bir veya daha fazla potansiyel müşterileri bulmayı, iletişim kurmayı, yüz yüze satışı ikna ederek gerçekleştirmeyi, satışı sonuçlandırmayı ve izlemeyi,

KKD: Kişisel koruyucu donanımı,

KONSEPT: Ürün geliştirme döneminde hedef gruplardaki tüketicilerin istediği nitel ve nicel özellikleri, yaratacağı faydaların ve kullanım ortamlarının tanımlanmasını, kazandırılmasını,

KONUMLANDIRMA: Rekabetçi bir ortamda belli bir ürünün diğer rakip ürünlere göre üstün özelliklerinin o ürünün tüketicileri tarafından ortaya konmasını,

LANSMAN: Yeni bir ürünün pazara girmesi (girişi) amacıyla yürütülen faaliyetler bütünü,

MARKA: Bir ticari malı, herhangi bir nesneyi tanıtmaya, benzerinden ayırmaya yarayan özel ad veya işareti,

MARKA DEĞERİ: Marka sahibinin bir markanın kullanımından sağlayabileceği gelecekteki somut ya da soyut bütün finansal faydaların bugünkü değerini,

MÜŞTERİ PROFİLİ: İşletmenin müşterilerine ait detaylı bilgileri,

PATENT: Her hangi bir süreç, yöntem veya aletin patent ofisi tarafından yeni icat edilmiş olduğu kabul edilip yasalar ile korunmasını,

PAZAR: Mal ve hizmetlerin satışa sunulduğu, alıcıların ve satıcıların karşılaştıkları, malların sahipliğinin değişiminin yapıldığı yeri,

PAZARLAMA: Müşterilerin gereksinimlerini ve beklentilerini anlama ve bu çerçevede mal/hizmetlerin bulunması, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtımının planlanması, yürütülmesi ve kontrol edilmesi sürecini,

PAZARLAMA KARMASI: Ürün (Product), Fiyat (Price), Dağıtım (Place), Tutundurma (Promotion) kavramlarından oluşan pazarlamanın “4P” ‘sini,

POP (SATIN ALMA NOKTASI): Ürünün satışa sunulduğu perakende noktalarda, tüketicinin dikkatini çekmek, ürünü tanıtmak veya hatırlatmak amacıyla hazırlanan; poster, pankart, afiş, dön-kart, raf etiketi, deneme standı, teşhir üniteleri, vitrin için hazırlanmış üniteler ve buna benzer her türlü basılı malzemeleri,

POS (SATIŞ NOKTASI): Müşterinin bir mal veya hizmet karşılığında ödeme yaptığı, diğer bir deyişle bir perakende satış işleminin tamamlandığı noktayı,

RİSK: Gerçekleşmesi arzu edilmeyen bir olayın meydana gelme olasılığı ile sonuçlarının bileşimini,

RİSK DEĞERLEMESİ: İş yerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek tehlikelerin riske dönüşmesine yol açan faktörler ile tehlikelerden kaynaklanan risklerin analiz edilerek derecelendirilmesi ve kontrol tedbirlerinin kararlaştırılması amacıyla yapılması gereken çalışmaları,

TEHLİKE: İşyerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek, çalışanı veya işyerini etkileyebilecek zarar veya hasar verme potansiyelini,

TUTUNDURMA: Hedef kitleyi üründen, işletmeden, hizmetlerden, yapılan çalışmalardan haberdar etmek için ve olumlu bir imajın doğmasını sağlamak, var olan imajı pekiştirmek, kötü imajı

değiştirmek yönünde yapılan bilinçli, planlanmış, değişik iletişim ve dağıtım kanalları aracılığıyla yürütölen faaliyetler bütünü,

UYGUNSUZLUK: İşletmenin yönetim süreçleri ve/veya pazarlama süreçlerine ilişkin işletme tarafından tanımlanmış şartlar, standartlar, prosedürler ile uyumlu olmayan faaliyetleri/durumlar/sapmaları,

ifade eder.

EK3: Meslekte Yatay ve Dikey İlerleme Yolları

-

EK 4: Deęerlendirici Ölçütleri

Değerlendiriciler aşağıdaki koşullardan en az birini karşılamalıdır.

- Üniversitelerin işletme alanında lisans mezunu veya farklı lisans alanlarından mezun olup işletme yüksek lisans derecesine sahip ve pazarlama mesleğinde, üç (3) yılı yöneticilik olmak kaydıyla asgari on iki (12) yıl mesleki deneyim sahibi olmak,
- Yüksek Öğretim Kurumlarının ilgili bölümlerinin pazarlama dalında, asgari öğretim elemanı olmak,
- Pazarlama alanında beş (5) yıl yöneticilik yapmış olmak üzere asgari on (10) yıl mesleki deneyime sahip olmak,
- Asgari on beş (15) yıl mesleki deneyime sahip olmak,

Yukarıdaki özelliklere sahip olan ve ölçme ve değerlendirme sürecinde görev alacak değerlendiricilere; ilgili alanda yetkilendirilmiş kuruluşlar tarafından mesleki yeterlilik sistemi, kişinin görev alacağı ulusal yeterlilik(ler), ilgili ulusal meslek standart(lar)ı, ölçme-değerlendirme, ölçme-değerlendirmede kalite güvencesi ve İSG konularında eğitim sağlanmalıdır.