



ULUSAL YETERLİLİK

17UY0322-6

PAZARLAMA YÖNETİCİSİ

SEVİYE 6

REVİZYON NO: 00

TADİL NO: 01

MESLEKİ YETERLİLİK KURUMU

Ankara, 2017

ÖNSÖZ

Pazarlama Yöneticisi (Seviye 6) 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 Yöneticisi (Seviye 6) 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.

17UY0322-6 PAZARLAMA YÖNETİCİSİ ULUSAL YETERLİLİĞİ

1	YETERLİLİĞİN ADI	Pazarlama Yöneticisi
2	REFERANS KODU	17UY0322-6
3	SEVİYE	6
4	ULUSLARARASI SINIFLANDIRMADAKİ YERİ	ISCO 08: 1221 (Satış ve pazarlama müdürleri)
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	Pazarlama Yöneticisi (Seviye 6) mesleğinin nitelikli kişiler tarafından yürütülmesi ve çalışmalarda kalitenin artırılması için; <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	13UMS0366-6 Pazarlama Yöneticisi (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı
10	YETERLİLİK SINAVINA GİRİŞ ŞART(LAR)I	-
11	YETERLİLİĞİN YAPISI	
11-a) Zorunlu Birimler		
17UY0322-6 /A1: İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevre Koruma 17UY0322-6 /A2: Pazarlama Süreçlerinin Yönetimi 17UY0322-6 /A3: Stratejik Pazarlama Planlaması 17UY0322-6 /A4: Ürün Geliştirme 17UY0322-6 /A5: Pazar Geliştirme		
11-b) Seçmeli Birimler		
-		
11-c) Birimlerin Gruplandırılma Alternatifleri ve İlave Öğrenme Çıktıları		
Adayın mesleki yeterlilik belgesi alabilmesi için zorunlu yeterlilik birimlerinin tamamından başarılı olması gerekmektedir.		
12	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
Pazarlama Yöneticisi (Seviye 6) 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 koruyorsa 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

17UY0322-6 /A1 İŞ SAĞLIĞI ve GÜVENLİĞİ ile ÇEVRE KORUMA YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevre Koruma
2	REFERANS KODU	17UY0322-6/A1
3	SEVİYE	6
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	13UMS0366-6 Pazarlama Yöneticisi (Seviye 6) 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 belirler.</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 5 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 %80'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 başarılı olduğu 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	Tehlike ve risk kavramlarının tanımlar.	A.1.1-4	1.1	T1
BG.2	Ofis yangın önlemlerini mesleki kapsam ve mevzuatına göre açıklar.	A.1.2-3	1.1	T1
BG.3	Ofis güvenlik önlemlerini mesleki kapsam ve mevzuatına göre sıralar.	A.1.1, A.1.6	1.1	T1
BG.4	Çalışanlara dair sağlık gözetimi kural ve uygulamalarını mevzuata göre açıklar.	A.1.4-5	1.1	T1
BG.5	Çalışanlara dair iş kazası durumlarının kural ve uygulamalarını mevzuata göre açıklar.	A.1.4-5	1.1	T1
BG.6	Ofis acil durum önlem ve prosedürlerini mesleki kapsam ve mevzuatına açıklar.	A.2.1-6	1.2	T1
BG.7	Ofis atıklarının bertarafına yönelik önlem ve kuralları açıklar.	A.3.4	2.1	T1
BG.8	Ofis ekipmanlarının çevre güvenliğine uygun kullanımına yönelik önlemleri açıklar.	A.3.5	2.1	T1
BG.9	Ürünlerin pazarlama uygulamalarında, çevre koruma faktörünün pazar geliştirme açısından etkilerini yorumlar.	A.3.1	2.2	T1
BG.10	Üründen kaynaklanan çevre riskleri için kamuoyunda olumlu imaj geliştirmeye yönelik faaliyetleri belirler.	A.3.2-3	2.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

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

17UY0322-6/A2 PAZARLAMA SÜREÇLERİNİN YÖNETİMİ YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Pazarlama Süreçlerinin Yönetimi
2	REFERANS KODU	17UY0322-6/A2
3	SEVİYE	6
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	13UMS0366-6 Pazarlama Yöneticisi (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	<p><u>Öğrenme Çıktısı 1: Pazarlama biriminin iş süreçlerine dair organizasyon ve koordinasyon faaliyetlerini işlere göre düzenler.</u> Başarım Ölçütleri: 1.1: Pazarlama süreçlerine ilişkin planlama ve organizasyonları belirler. 1.2: Temel teşvik ve kaynakları göz önünde bulundurarak pazarlama ile ilgili ihale bazlı teklif, sözleşme içeriği ve kurallarını belirler.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 2: Pazarlama süreçlerinde bütçeleme yöntemleri ve kurallarını uygular.</u> Başarım Ölçütleri: 2.1: Pazarlama birimi bütçesinin oluşturulmasında kritik değişkenleri ve verileri belirler. 2.2: Verilen kapsam, hedef ve verilere göre, pazarlama süreçlerine dair bütçeleme yöntemlerini uygular. 2.3: Bütçe düzenlemelerini koşullara ve verilere göre belirler.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 3: Pazarlama süreçlerinin verimliliği ve niteliğinin geliştirilmesine yönelik uygulamaları belirler.</u> Başarım Ölçütleri: 3.1: Pazarlama süreçlerinde niteliğin geliştirilmesine yönelik iş modeli geliştirir. 3.2: Kurumsal kaynak planlama sistem programlarının bileşenlerine göre işlevlerini tanımlar.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 4: Personel yönetimi yaklaşım, yöntem ve kurallarını açıklar.</u> Başarım Ölçütleri: 4.1: Pazarlama birimi personel yönetimi uygulamalarına dair kural ve prosedürleri belirler. 4.2: Personel verimliliği ve gelişimini desteklemeye yönelik uygulamaların dayandığı kavramsal kapsamı açıklar.</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 5 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 %80'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; temel planlama, motivasyon, ikna ve iletişim becerileri, iş kapsamına uygun inisiyatif alma, verilere, süreçlere, yöntemlere ve dokümantasyona hakimiyeti gözlemlenecektir. Bu amaçla;

- Ek A2-2’de yer alan beceri ve yetkinlik uygulamalarını yaparak uygulamaların içerdiği çıktıları oluşturması,
- Bu çıktılar/her çıktı için kontrol listelerinde belirlenecek maddelerde talep edilen açıklamaları içeren sözel bir sunu yapması istenecektir.
- 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 %80 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 başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır.

Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarıldığı tarihten itibaren 1 yıldır. Birimin elde edilebilmesi için başarılan 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. Pazarlama yönetim süreçleri
2. Pazarlama süreçlerinde bütçe uygulamaları
3. Personel yönetimi
4. Kalite yönetim sistemleri ve uygulamaları
5. Kurumsal kaynak planlama sistemleri ve uygulamaları

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	Faaliyete uygun, ihtiyaç kalemlerini belirler.	B.3.1-3	1.1	T1
BG.2	Bilgi güvenliğine ve kaydına yönelik işletme içi önlemleri belirler.	B.4.1-3	1.1	T1
BG.3	İhale şartnamesi ve sözleşmede yer alan şartların, ilgili mevzuata göre doğruluğunu/uygunluğunu değerlendirir.	B.4.1-8, B.5.1-6	1.2	T1
BG.4	Vergi, istihdam ve iş geliştirmeye yönelik teşvikler ile kaynak sağlayan kurum/kuruluşları ayırt eder.	B.7.1-4	1.2	T1
BG.5	Pazarlama biriminin bütçesinin değişkenlerini ve verilerini açıklar.	I.1.1-5, I.2.1-2	2.1	T1
BG.6	Envanter sayımında temel yöntemlerini açıklar.	B.6.1-4	2.1	T1
BG.7	Bütçe planlamasında kullanılacak talep tahmin yöntem(ler)ini tespit eder.	I.1.1-5, I.2.1-2	2.2	T1
BG.8	Verilere dayalı olarak öngörülen harcamaları, ilgili bütçe fasıl ve kalemleri ile birlikte yorumlar.	I.1.1-5, I.2.1-2, I.3.1-5	2.3	T1
BG.9	Kurumsal kaynak planlama sistem programlarının bileşenlerine göre işlevlerini tanımlar.	J.7.1-2	3.2	T1
BG.10	Personel için amaca uygun performans değerlendirme kriterlerini belirler	K.3.1-9, K.7.1-3, K.6.1-3, L.1.1-6, L.4.1-3	4.1	T1
BG.11	Mevzuata göre izin, işe alım ve işten çıkarma uygulamalarını açıklar.	K.4.1-3, K.5.1-6	4.1	T1
BG.12	Personel yönetiminde kullanılan kavramları tanımlar.	K.2.1-4	4.2	T1
BG.13	Motivasyon, verimlilik ve iş disiplini ilişkilerini açıklar.	K.2.1-4, K.6.1-3	4.2	T1
BG.14	Hizmet içi eğitim planlaması temel adımlarını açıklar.	L.2.1-5	4.2	T1
BG.15	Bireyler arası etkili iletişim ilkeleri ve süreçlerini açıklar.	K.2.1-4, K.3.1-9, K.6.1-3, L.2.1-4, L.4.1-3	4.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
(*) BY.1	Verilere göre, ana ve alt faaliyetleri gruplandırıp, bu faaliyetler arasındaki öncül-ardıl ilişkileri belirleyerek bir iş planı hazırlar.	B.1.1-8	1.1	P1
BY.2	İş planını kısıt ve önceliklere göre takvimlendirir.	B.1.1-8	1.1	P1
BY.3	Faaliyetlerin sorumluları ile bu sorumlularının iş yükünü belirler.	B.1.1-8	1.1	P1
BY.4	Müşteri ve ürün verileri ile ilgili mevzuata uygun sözleşme içeriklerine karar verir.	B.4.1-8, B.5.1-6	1.3	P1
BY.5	Finansal tabloların verilerini pazarlama stratejileri çerçevesinde yorumlar.	I.1.1-5, I.2.1-2, I.3.1-4	2.2	P1
BY.6	Verilere dayalı talep tahmini yapar.	H.3.6, I.1.1-5, I.2.1-2	2.2	P1
BY.7	Bütçede koşul ve verilere uygun revizyon(lar)ı kontrol eder.	I.3.1-5	2.3	P1
BY.8	Pazarlama birimine dair verilere dayalı iş süreçlerini analiz ederek, gereken iyileştirmeleri; faaliyetler, süreç girdi-çıktıları, kullanılacak kaynaklar ve performans göstergeleri açısından belirler.	J.1.1-8, J.3.1-3, J.4.1-5, J.5.1-3	3.1	P1
BY.9	Verilen bilgilere göre pazarlama süreçlerine ilişkin iş akışı, prosedür veya iş talimatı hazırlar.	J.3-4, K.1.1-3	3.1	P1

(*) Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar

17UY0322-6/A3 STRATEJİK PAZARLAMA PLANLAMASI YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Stratejik Pazarlama Planlaması
2	REFERANS KODU	17UY0322-6/A3
3	SEVİYE	6
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	13UMS0366-6 Pazarlama Yöneticisi (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	<p><u>Öğrenme Çıktısı 1: Pazarı, bilgi sistemini/kaynaklarını kullanarak değerlendirir.</u> Başarım Ölçütleri: 1.1: Belirli bir pazar için, verilere göre durum değerlendirmesi yapar. 1.2: Pazarlama bilgi sistemi için gereken verilerin içerik ve kapsamını belirler.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 2: Stratejik pazar planını oluşturur.</u> Başarım Ölçütleri: 2.1: Verilere göre pazar bölümlerini ve hedef pazar(lar)ı belirler. 2.2: Amaç, hedef ve strateji(leri) ürün, pazar ve hedef kitle verilerine göre belirler. 2.3: Amaç ve hedeflere ulaşmaya yönelik pazarlama karmasını, izleme ve değerlendirme ölçütlerini içerecek şekilde planlar.</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 on (10) soruluk 5 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 %80'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; temel planlama, motivasyon, ikna ve iletişim becerileri, iş kapsamına uygun inisiyatif alma, verilere, süreçlere, yöntemlere ve dokümantasyona hakimiyeti gözlemlenecektir. Bu amaçla; <ul style="list-style-type: none"> Ek A3-2'de yer alan beceri ve yetkinlik uygulamalarını yaparak uygulamaların içerdiği çıktıları oluşturması, Bu çıktılar/her çıktı için kontrol listelerinde belirlenecek maddelerde talep edilen açıklamaları

içeren sözel bir sunu yapması istenecektir.

- 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 % 80 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 başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır.

Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarıldığı 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.

- Pazarlamada istatistiki yöntem ve uygulamalar
- Pazarlamada veri ve bilgi sistemi yapısı, oluşturulması ve uygulamaları
- Stratejik pazarlama ve planlamaları
- Pazarlama karması bileşenleri
- Pazarlama karması oluşturma 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	Bir pazar veya pazarlama araştırmasının temel değişkenler ve veri türlerini açıklar.	C.4.1-5	1.2	T1
BG.2	Verilere göre pazar bölümlerini ve hedef pazar(lar)ı belirler.	C.5.1-3, H.1.1-3	2.1	T1

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirmeye Aracı
BG.3	Verilere göre pazarlama biriminin amaç ve hedeflerini belirler.	C.2.1-3	2.2	T1
BG.4	Mevcut durum değerlendirmesine ve/veya alternatif durumlara göre, amaç ve hedeflere ulaştıracak stratejileri belirler.	C.3.1-4	2.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirmeye Aracı
(*) BY.1	Ürün kategorisine göre geçmiş döneme ilişkin satış, Pazar, müşteri bölümü/bölgeleri, ürün, pazarlama uygulamaları ile ilgili diğer birimlere ilişkin verileri değerlendirerek bir işletme/pazarlama biriminin güçlü ve zayıf yönleri ile pazardaki fırsat ve tehditleri analiz eder.	C.1.1-6	1.1	P1
BY.2	Güçlü ve zayıf yönler ile pazardaki fırsat ve tehditlere ilişkin analiz sonuçlarına göre pazarlama strateji(ler)ine karar verir.	C.1.1-6	1.1	P1
BY.3	Verilere dayalı olarak analiz ve müşteri veri modellemeleri yapar.	C.4.6	1.2	P1
(*) BY.4	Verilere göre seçim kriterine uygun hedef pazarı belirler.	C.5.1-3, H.1.1-3, H.2.1-5	2.2	P1
(*) BY.5	Belirlenen pazar, müşteri, ürün bilgilerine göre ürün(ler)in konumlandırmasını yapar.	C.5.1-3, C.6.1-3, H.1.1-3	2.2	P1
BY.6	Belirlenen bir ürün portföyü için pazarlama karması elemanlarını belirler.	C.6.2-5	2.3	P1
BY.7	Pazarlama karması planlamasının, verilerine ve izleme göstergelerine göre etkinliğini değerlendirir.	C.7.1-3	2.3	P1
BY.8	Etkin olmayan karma elemanlarını iyileştirici öneriler geliştirir.	C.7.1-3	2.3	P1

(*) Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar

17UY0322-6/A4 ÜRÜN GELİŞTİRME YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Ürün Geliştirme
2	REFERANS KODU	17UY0322-6/A4
3	SEVİYE	6
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	13UMS0366-6 Pazarlama Yöneticisi (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	<p><u>Öğrenme Çıktısı 1: Ürün geliştirme sürecine dair uygulamaları yürütür.</u> Başarım Ölçütleri: 1.1: Ürün/ürünlerin müşteri beklentilerini karşılama durumunu değerlendirerek ihtiyaca/duruma uygun ürün konsepti belirler. 1.2: Ürün(ler)/firmanın markalaşmasıyla ilgili çalışmalara dair verileri yorumlayarak markanın etkinliğini değerlendirir. 1.3: Verilen pazar bilgilerine göre ürün hattını oluşturur.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 2: Ürün/ürünlerin fiyatlandırmasına yönelik belirlemeleri yapar.</u> Başarım Ölçütleri: 2.1: Ürün veya ürün kategorisi için strateji ve fiyat belirlenmesi yapar. 2.2: Strateji ve verilere göre, fiyat düzenlemesi yapar.</p>
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
	8 a) Teorik Sınav	(T1) Çoktan Seçmeli Sorularla Sınav: A4 birimine yönelik teorik sınav Ek A4-2'de yer alan "Bilgiler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Teorik sınavda adaylara en az on (10) soruluk 5 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 %80'ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A4-2) ölçmelidir.
	8 b) Performansa Dayalı Sınav	(P1): A4 birimine yönelik performansa dayalı sınav Ek A4-2'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; temel planlama, motivasyon, ikna ve iletişim becerileri, iş kapsamına uygun inisiyatif alma, verilere, süreçlere, yöntemlere ve dokümantasyona hakimiyeti gözlemlenecektir. Bu amaçla; <ul style="list-style-type: none"> Ek A4-2'de yer alan beceri ve yetkinlik uygulamalarını yaparak uygulamaların içerdiği çıktıları

<p>oluşturması,</p> <ul style="list-style-type: none"> Bu çıktılar/her çıktı için kontrol listelerinde belirlenecek maddelerde talep edilen açıklamaları içeren sözel bir sunu yapması istenecektir. 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. <p>Adayın, performans sınavından başarı sağlaması için kritik adımların tamamından başarılı performans göstermek koşuluyla sınavın genelinden asgari %80 başarı göstermesi gerekir. Performansa dayalı sınavın süresi, uygulamanın kapsamına göre tespit edilerek sınav kontrol listesinde belirtilir.</p> <p>Performansa dayalı sınav gerçeğine uygun olarak düzenlenmiş çalışma ortamında ve çalışma ekipmanları ile gerçekleştirilir. Beceri ve yetkinlik ifadelerinin (Ek A4-2) tamamı performansa dayalı sınav ile ölçülmelidir.</p>	
8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar	
<p>Adayın söz konusu birimden başarılı sayılması için T1 ve P1 sınavından başarılı olması gerekir. Yeterlilik biriminin geçerlilik süresi birimin başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır.</p> <p>Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarıldığı tarihten itibaren 1 yıldır. Birimin elde edilebilmesi için başarılan sınav tarihleri arasındaki süre farkı bir yılı geçemez.</p>	
9	<p>YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)</p> <p>Ankara Ticaret Odası (ATO)</p>
10	<p>YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ</p> <p>MYK Ticaret Sektör Komitesi</p>
11	<p>MYK YÖNETİM KURULU ONAY TARİHİ ve SAYISI</p> <p>23/08/2017-2017/70</p>

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK A4-1: 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. Pazarlama karması oluşturma
2. Fiyatlandırma yöntemleri ve uygulamaları
3. Satış geliştirmede fiyatlandırma
4. Bütünleşik pazarlamada ürün, marka geliştirme ve tutundurma

EK A4-2: Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi

a) BİLGİLER

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.1	Ürünün/ürünlerin işlevi, fiziksel özellikleri, sunuş şekli, içeriği, kalite özellikleri, faydaları ve performansı gibi bilgilerle hedef müşteri kitlesinin ihtiyaç ve beklentilerine dair verileri bir arada değerlendirerek ürün özelliklerini belirler.	D.1.1-9	1.1	T1

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.2	Hedef müşteri kitlesinin ihtiyaç ve beklentilerine dair verilere göre, ürün/ürünlerin konseptini belirler.	D.2.1-5	1.1	T1
BG.3	Temel fiyatlandırma stratejilerini piyasa koşullarına göre değerlendirir.	E.1.1-2	2.1	T1
BG.4	Fiyat düzenleme stratejilerini piyasa koşullarına göre değerlendirir.	E.2.1-2	2.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BY.1	Ürün/firma verilerine göre markalaşma süreci aşamalarını gerekçeli olarak açıklayarak belirler.	D.3.1-2	1.2	P1
BY.2	Ürün/firma verilerine göre marka yönetimi aşamalarını gerekçeli olarak açıklar.	D.3.3-8	1.2	P1
BY.3	Pazar verilerine göre ürün portföy matrisini hazırlar.	C.6.1-D.4.1-4	1.3	P1
BY.4	Ürün yaşam eğrisini oluşturur.	D.4.1-4	1.3	P1
BY.5	Ürün yaşam eğrisini değerlendirerek karmaya dâhil edilecek ve/veya çıkarılacak ürünlere karar verir.	D.4.1-4	1.3	P1
(*) BY.6	Ürün hattına ilişkin stratejilere karar verir.	D.3.7-8, D.4.3-4	1.3	P1*
BY.7	Ürüne, fiyatlandırma stratejilerine, piyasa ve müşteri koşullarına göre, verilere dayalı olarak fiyat belirler.	E.1.1-2, E.1.1-4	2.1	P1
BY.8	Verilen piyasa, ürün, firma bilgilerine göre, izlenecek kampanya ve iskonto stratejilerine karar verir.	E.2.1-3	2.2	P1

(*) Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar

17UY0322-6/A5 PAZAR GELİŞTİRME YETERLİLİK BİRİMİ

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Pazar Geliştirme
2	REFERANS KODU	17UY0322-6/A5
3	SEVİYE	6
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	13UMS0366-6 Pazarlama Yöneticisi (Seviye 6) Ulusal Meslek Standardı
7	ÖĞRENME ÇIKTILARI	<p><u>Öğrenme Çıktısı 1: Ürün tutundurma faaliyetlerine yönelik değerlendirme ve düzenlemeleri yapar.</u> Başarım Ölçütleri: 1.1: Ürünün veya markanın bütünleşik pazarlama faaliyetlerini, planlama ve koordinasyonuna yönelik süreçleri düzenler. 1.2: Kişisel satış çalışmalarını geliştirmeye yönelik yöntemleri, ürün ve pazar özelliklerine göre açıklar.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 2: Ürün dağıtım ağı oluşturma ve yönetimine dair değerlendirme ve düzenlemeleri yapar.</u> Başarım Ölçütleri: 2.1: Temel değişkenlerine göre ürün dağıtım ağını belirler. 2.2: Ürün dağıtım araçlarının ilişkilerini değerlendirir. 2.3: Ürün dağıtım ağına yer alan araçların performansını plana ve verilere göre değerlendirir.</p> <p><u>Öğrenme Çıktısı 3: Müşteri ilişkileri yönetim sistemi oluşturma ve yönetimine dair değerlendirme ve düzenlemeleri yapar.</u> Başarım Ölçütleri: 3.1: Müşteri pazar bölümlerini belirleyerek seçilen pazar bölümlerinin ihtiyaçlarına göre müşteri hizmet sürecini düzenler. 3.2: Verilere ve değişkenlere göre, seçilen hedef pazarın satın alma süreci kapsamında hizmet stratejilerini belirler. 3.3: Verilere ve değişkenlere göre, müşteri memnuniyetinin yönetilmesine yönelik faaliyet ve süreçleri düzenler. 3.4: Verilere ve değişkenlere göre, müşteri memnuniyeti araştırması tasarımının uygunluğu ve/veya uygunsuzluğunu değerlendirir.</p>
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		
(T1) Çoktan Seçmeli Sorularla Sınav: A5 birimine yönelik teorik sınav Ek A5-2'de yer alan "Bilgiler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Teorik sınavda adaylara en az yirmi (20) soruluk 5 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 %80'ine		

doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A5-2) ölçmelidir.

8 b) Performansa Dayalı Sınav

(P1): A5 birimine yönelik performansa dayalı sınav Ek A5-2’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; temel planlama, motivasyon, ikna ve iletişim becerileri, iş kapsamına uygun inisiyatif alma, verilere, süreçlere, yöntemlere ve dokümantasyona hakimiyeti gözlemlenecektir. Bu amaçla;

- Ek A5-2’de yer alan beceri ve yetkinlik uygulamalarını yaparak uygulamaların içerdiği çıktıları oluşturması,
- Bu çıktılar/her çıktı için kontrol listelerinde belirlenecek maddelerde talep edilen açıklamaları içeren sözel bir sunu yapması istenecektir.
- 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 % 80 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 A5-2) 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 olan 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 A5-1: 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. Müşteri ve pazar bölümlenmeleri
2. Müşteri ilişkileri sistemi oluşturma ve yönetimi
3. Müşteri memnuniyeti yönetimi
4. Dağıtım ağı oluşturma ve yönetimi
5. Kişisel satış geliştirme
6. Müşteri memnuniyet araştırmaları

7. Ürün ve marka için bütünlük pazarlama süreç ve uygulamaları

EK A5-2: Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi**a) BİLGİLER**

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BG.1	Ürüne, pazara ve hedef kitleye dair bilgilere göre, reklam için belirlenen mesajın içeriğinin, kullanılan mecraların, mesajı ileten kaynağın hedef kitleye ve firma amaçlarına uygunluğunu belirler.	F.3.1-8	1.1	T1
BG.2	Pazarlamada halkla ilişkiler ve duyurum (publicity) ile reklam arasındaki kavramsal ve kapsam farklılıklarını açıklar.	F.4.1-6	1.1	T1
BG.3	Ürün, pazar, işletme ve hedef kitle bilgilerine göre, belirlenmiş tanıtım etkinliğinin uygunluğunu değerlendirir.	B.3.1-5	1.1	T1
BG.4	Ürün ve pazar özelliklerine dair bilgilere göre, etkili birebir/kişisel satış yöntem(ler)ini belirler.	F.2.1-3	1.2	T1
BG.5	Ürün, hedef müşteri kitlesi ve pazara göre, aracı kuruluşun (bayi, acente, franchise gibi) uygunluğunun neye göre belirleneceğini açıklar.	G.1.3, G.1.6	2.1	T1
BG.6	Aracı kuruluş sözleşmelerinin içermesi gereken koşulları açıklar.	G.1.5-6, G.2.1-2	2.1	T1
BG.7	Ürün dağıtım araçlarının ilişkilerini belirler.	G.2.1-6	2.2	T1
BG.8	Müşteri memnuniyeti araştırmasında kullanılan yöntem ve tekniklerini açıklar.	H.6.1-3	3.4	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BY.1	Ürün, pazar, işletme bilgilerine göre, ürünle ilgili oluşan bir sorun/kriz durumu için, ürün ve işletme imajı ile itibarının korunması, düzeltilmesi ve sürdürülmesi için gerekli stratejilerin uygunluğunu değerlendirir.	F.5.1-5	1.1	P1
BY.2	Pazarlama stratejilerine göre farklı paydaşlar için halkla ilişkiler ve duyurum etkinliklerini planlar.	F.4.1-6	1.1	P1
BY.3	Bütünlük pazarlama karması elemanlarını belirlemede, ürüne, pazara ve hedef kitleye ilişkin verileri etkin ve ilişkili şekilde kullanır.	F.1.1-3	1.1	P1
BY.4	Ürün ve pazar özelliklerine dair bilgilere göre, uygulanan birebir/kişisel satış yönteminin uygunluk durumunu gerekçelerini açıklayarak belirler.	F.2.1-3	1.2	P1
BY.5	Ürün özellikleri, pazarlama stratejisi, hedef müşteri kitlesine, pazara göre, kullanacağı aracı kuruluş türünü (bayi, acente, franchise gibi) ve kaç kademeli satış ağı kullanacağını içerecek şekilde dağıtım kanalı/ağını oluşturur.	G.1.1-6	2.1	P1

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Başarım Ölçütü	Değerlendirme Aracı
BY.6	Dağıtım ağı araçlarının dönemlik satışları, yerel pazar, tüketici ihtiyaçları ile ürün özellikleri ve pazarlama stratejilerine dair bilgilere göre dağıtım ağı araçlarını değerlendirir.	G.2.1-6	2.2	P1
BY.7	Verilere göre, dağıtım ağı aracı kuruluşlarının performansını izlemeye yönelik performans kriterlerini belirler.	G.3.1-8	2.3	P1
BY.8	Aracı kuruluşlarla ilgili çıkar çatışması/çakışması durum(lar)ına yönelik düzeltici ve önleyici uygulamalara karar verir.	G.3.1-8	2.3	P1
(*) BY.9	Belirlenen hedef kitlede, pazar koşullarına göre bölümlenmeler yapar.	H.1.1.-3	3.1	P1
BY.10	Pazar, ürün ve müşteri bilgilerine göre satış öncesi, satış esnası ve satış sonrası aşamalarını içerecek şekilde müşteri ilişkileri sürecini tasarlar.	H.2.1-5, H.3.6	3.1	P1
BY.11	Ürün, pazar ve hedef müşteri kitlesine göre müşteri odaklı pazarlama stratejilerini uygun yöntem ve teknikleri kullanarak oluşturur.	H.3.1-5	3.2	P1
BY.12	Ürün, pazar ve müşteri profili ile müşteri hizmetleri stratejilerine göre satış sonrası müşteri hizmet prosedürlerini düzenler.	H.4.1-5	3.2	P1
BY.13	Müşteri şikâyetlerini değerlendirerek çözüm uygulamalarını belirler.	H.5.1-6	3.3	P1
(*) BY.14	Müşteriye geri bildirimde bulunulmasına yönelik (her aşama için) kullanılacak yöntemlere karar verir.	H.5.1-6	3.3	P1
BY.15	Memnuniyet araştırmasından elde edilen bulguları yorumlar.	H.6.1-3	3.4	P1

(*) Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar

YETERLİLİK EKLERİ**EK 1: Yeterlilik Birimleri**

17UY0322-6/A1: İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çevre Koruma

17UY0322-6/A2: Pazarlama Süreçlerinin Yönetimi

17UY0322-6/A3: Stratejik Pazarlama Planlaması

17UY0322-6/A4: Ürün Geliştirme

17UY0322-6/A5: Pazar Geliştirme

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,

BÜTÇE KAVRAMLARI: Kar, ciro, bilanço, gelir, gider gibi bütçeleme uygulamalarında kullanılan temel kavramlarını,

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

ÇAPRAZ SATIŞ Müşterilerin genel satın alma eğilimlerinin analiz edilerek, birbiriyle ilişkili ürünlerin satılmasını,

ÇIKAR ÇATIŞMASI/ÇAKIŞMASI: İki farklı tarafın endişelerinin veya amaçlarının uyuşmadığı bir durumu,

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

DÜZELTİCİ ve ÖNLEYİCİ FAALİYETLER: İşletmenin yönetim süreçleri ve/veya satış süreçlerine ilişkin saptanmış veya potansiyel bir uygunsuzluğun sebebinin veya istenmeyen diğer durumların ortadan kaldırılması veya önlenmesi için yapılan düzeltici ve önleyici faaliyetleri,

DUYURUM (PUBLICİTY): Bir kurum/kuruluşun ürünleri ve faaliyetleri hakkında potansiyel müşterilerin dikkatini çekmek ve farkındalık yaratmak amacıyla hazırlanan duyuru ve haberlerin, medyada yer ve zaman için herhangi bir ücret ödenmeden yer almasına ilişkin yürütülen çalışmaları,

FAYDALI MODEL: Belli bir ülkede ve dünyada yeni olan ve sanayiye uygulanabilen buluşların sahiplerine belirli bir süre, bu buluş konusu ürünü üretme ve pazarlama hakkının tanınmasını,

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,

GZFT ANALİZİ: Bir işletmenin güçlü ve zayıf yönlerini ve dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditleri belirlemede kullanılan tekniği,

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 indirimi,

KADEMELİ SATIŞ: Mal ya da hizmetlerin kişi, kurum, kuruluşlar aracılığıyla kişiler arası ilişkilere dayalı olarak dağıtım ve satışının yapılmasını,

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

KİŞİSEL SATIŞ: Bir veya daha fazla potansiyel müşteriyi 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 bütün finansal ve finansal olmayan faydaların bugünkü değerini,

MECRA: Gazete, radyo, TV, internet, açık hava (billboard, afiş vb.) gibi reklam mesajlarının hedef kitleye ulaştırabileceği, basılı, görsel-işitsel, işitsel reklam yayın ortamlarını,

MEDYA PLANI: Reklamcının mesajını hedeflediği kişilere ulaştırmak üzere belirli bir bütçe ile medyanın ne şekilde kullanılması gerektiğini belirleme sürecini,

MÜŞTERİLERİN GERİ KAZANILMASI: Firmanın kaybettiği müşterilerinin geri kazanılmasını,

MÜŞTERİ PROFİLİ: İşletmenin müşterilerine ait detaylı bilgileri,

MÜŞTERİ BÖLÜMLERİ (SEGMENTASYONU): Marka konumlandırma, pazarlama stratejileri belirleme, müşteri ilişkileri yönetimine yönelik olarak pazardaki müşterileri tanımak amacıyla sosyo-ekonomik faktörler, gelir seviyesi, kültür seviyesi, davranış biçimleri, hayat tarzları gibi konular esas alınarak müşterilerin gruplandırılmasını,

OLASI/POTANSİYEL MÜŞTERİLERİ BULMA/FİRMAYA ÇEKME: İşletmenin müşteri portföyünde olmayan ancak mal veya hizmeti almaya istekli olan, yeterliliğe sahip olası yeni müşterilerin bulunmasını,

PATENT: Herhangi 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 planlaması, yürütülmesi ve kontrol edilmesi sürecini,

PAZARLAMA KARMASI (PAZARLAMANIN TEMEL BİLEŞENLERİ): Ürün (Product), Fiyat (Price), Dağıtım (Place), Tutundurma (Promotion) kavramlarından oluşan “4P” ‘yi,

PEST ANALİZİ: Politik, Ekonomik, Sosyal ve Teknolojik faktörlerin incelenerek önemli ve acil harekete geçilmesi gerekenleri tespit etmek ve bu faktörlerin olumlu ve olumsuz yönde kimleri etkilediğini ortaya çıkarmak için yapılan analizi,

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 birleşimini,

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,

STRATEJİK PAZARLAMA PLANLAMASI: Firmaların orta ve uzun vadede pazarlamaya ilişkin geliştirdikleri amaç ve hedeflerin, stratejilerin belirlenmesi, uygulaması ve kontrolünün yapılmasına dayalı yönetsel süreci,

TEHLİKE: İşyerinde ya da pazarda var olan ya da dışarıdan gelebilecek, çalışanı veya işletmeyi etkileyebilecek zarar ve 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 yürütülen faaliyetler bütünü,

TÜKETİCİ BÖLÜMLERİ (SEGMENTLERİ): Ekonomik, sosyokültürel ve psikografik faktörlere göre sınıflanmış çeşitli tüketim pazarındaki tüketici gruplarını,

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

ÜRÜN KONSEPTİ: Yenilikçi bir kavram veya fikir doğrultusunda tasarlanmış ürünü, ürünün tasavvur edilmiş ana fikri, temasını,

ÜRÜN YAŞAM EĞRİSİ: Her ticari ürünün geliştirilmesi, pazara sunulması (lansman-giriş) büyümesi (gelişmesi),olgunlaşma, düşüş ve pazardan çekilme dönemlerinin planlandığı süreci kapsayan eğriyi,

ÜRÜNE İLİŞKİN SPESİFİKASYONLAR: Ürüne ilişkin teknik özelliklerin belirtilmesini,

VERİ MODELLEMESİ: Verileri mantıksal düzeyde düzenlemek için kullanılan yapılar, kavramlar ve işlemler topluluğunu ifade eder.

EK3: Meslekte Yatay ve Dikey İlerleme Yolları

-

EK 4: Değerlendirici 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 Doktora derecesine sahip öğretim elemanı 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.