



ULUSAL MESLEK STANDARDI

PAZARLAMA ELEMANI

SEVİYE 4

REVİZYON 01

REFERANS KODU /13UMS0364-4

RESMİ GAZETE TARİH-SAYI / 21.02.2020-31046 (Mükerrer)

| | |
|--|---|
| Meslek: | PAZARLAMA ELEMANI |
| Seviye: | 4^I |
| Referans Kodu: | 13UMS0364-4 |
| Standardı Hazırlayan Kuruluş(lar): | Ankara Ticaret Odası (ATO) |
| Standardı Doğrulayan Sektör Komitesi: | MYK Ticaret Sektör Komitesi |
| MYK Yönetim Kurulu Onay Tarih/Sayı: | 18/09/2013 Tarih ve 2013/75 Sayılı Karar Rev 01: 18.12.2019 Tarih ve 2019/165 Sayılı Karar |
| Resmî Gazete Tarih/Sayı: | 29/11/2013 - 28836 Mükerrer Rev 01: 21/02/2020-31046 (Mükerrer) |
| Revizyon No: | 01 |

^I Mesleğin yeterlilik seviyesi, 8 seviyeli Türkiye Yeterlilikler Çerçevesine göre seviye 4 olarak belirlenmiştir.

TERİMLER, SİMGELER VE KISALTMALAR

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,

BT (BİLGİ TEKNOLOJİLERİ): Bir işletmenin yönetim ve üretimle ilgili tüm bilgilerinin ve bilgi sistemlerinin işletilmesinde kullanılan her türlü bilgi-işlem araçlarını ve teknolojilerini,

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,

ISCO: Uluslararası Standart Meslek Sınıflamasını,

İSG: İş Sağlığı ve Güvenliğini,

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

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

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

KKD: Kişisel koruyucu donanımı,

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

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

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

MÜŞTERİ PROFİLİ: İşletmenin müşterilerine ait detaylı bilgileri,

PATENT: Herhangi bir süreç, yöntem veya aletin yeni icat edilmiş olduğunun patent ofisi tarafından kabul edilip hukuken korunmasını,

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

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

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

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 DEĞERLENDİRMESİ: İşyerinde 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,

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

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 yürütülen faaliyetler bütünü,

ifade eder.

İÇİNDEKİLER

| | |
|---|-----------|
| 1. GİRİŞ | 6 |
| 2. MESLEK TANITIMI..... | 7 |
| 2.1. Meslek Tanımı..... | 7 |
| 2.2. Mesleğin Uluslararası Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri..... | 7 |
| 2.3. Sağlık, Güvenlik ve Çevre ile ilgili Düzenlemeler..... | 7 |
| 2.4. Meslek ile İlgili Diğer Mevzuat..... | 7 |
| 2.5. Çalışma Ortamı ve Koşulları..... | 8 |
| 2.6. Mesleğe İlişkin Diğer Gereklilikler | 8 |
| 3. MESLEK PROFİLİ..... | 9 |
| 3.1. Görevler, İşlemler ve Başarım Ölçütleri | 9 |
| 3.2. Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipman | 19 |
| 3.3. Bilgi ve Beceriler | 19 |
| 3.4. Tutum ve Davranışlar | 19 |
| 4. ÖLÇME, DEĞERLENDİRME VE BELGELENDİRME | 21 |

1. GİRİŞ

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) Ulusal Meslek Standardı, 19/10/2015 tarihli ve 29507 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Ulusal Meslek Standartlarının ve Ulusal Yeterliliklerin Hazırlanması Hakkında Yönetmelik ve 27/11/2007 tarihli ve 26713 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Meslekî 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 meslek standardının 01 no’lu revizyonu, sektördeki ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak değerlendirilmiş, MYK Ticaret Sektör Komitesi tarafından incelendikten sonra MYK Yönetim Kurulunca onaylanmıştır.

2. MESLEK TANITIMI

2.1. Meslek Tanımı

Pazarlama Elemanı (Seviye 4), birim yöneticisinin nezareti altında, iş sağlığı, güvenliği ve çevre ile ilgili önlemleri uygulayarak kalite sistemleri çerçevesinde; iş organizasyonu yapan, pazarlama planının uygulanmasına, ürün geliştirme çalışmalarına, ürünün dağıtım ve satış geliştirme işlemlerine ve ürün tanıtımına katkı veren, müşteri ilişkilerini destekleyen ve meslekî gelişim faaliyetlerine katılan nitelikli kişidir.

2.2. Mesleğin Uluslararası Sınıflandırma Sistemlerindeki Yeri

ISCO 08: 3322 (Ticari satış temsilcileri)

2.3. Sağlık, Güvenlik ve Çevre ile İlgili Düzenlemeler

2872 sayılı Çevre Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
4857 sayılı İş Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu yürürlükteki alt mevzuatı.

Ayrıca iş sağlığı ve güvenliği ve çevre ile ilgili yürürlükte olan diğer mevzuata uyulması ve konu ile ilgili risk değerlendirmesi yapılması esastır.

2.4. Meslek ile İlgili Diğer Mevzuat

213 sayılı Vergi Usul Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
474 sayılı Gümrük Giriş Tarife Cetveli Hakkında Kanun ve yürürlükteki alt mevzuatı.
488 sayılı Damga Vergisi Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
492 sayılı Harçlar Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
2976 sayılı Dış Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ve yürürlükteki alt mevzuatı.
3065 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
3577 sayılı İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Hakkında Kanun ve yürürlükteki alt mevzuatı.
4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ve yürürlükteki alt mevzuatı.
4458 sayılı Gümrük Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
4734 sayılı Kamu İhale Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
5607 sayılı Kaçakçılıkla Mücadele Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
5684 sayılı Sigortacılık Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.
6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ve yürürlükteki alt mevzuatı.
6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu ve yürürlükteki alt mevzuatı.

Ayrıca, meslek ile ilgili yürürlükte olan diğer mevzuata uyulması esastır.

2.5. Çalışma Ortamı ve Koşulları

Pazarlama Elemanı (Seviye 4), her türlü mal ve hizmet üreten, dağıtımını yapan işletmelerde çalışabilir. Çalışma ortamı, genellikle büro ortamı olmakla birlikte işlerin özelliğine göre üretim veya hizmet ortamlarında çalışmaları ve seyahat etmeleri gerekebilir. Büro odaklı çalışmalarda, analitik ve dokümanter çalışmalar ile iletişim yoğunluklu faaliyetler söz konusudur. Bu tarz çalışmaya bağlı olarak yoğun bilgi iletişim teknolojisi araçları kullanılmaktadır.

Pazarlama Elemanı (Seviye 4), genellikle masa başında oturarak çalışır. Büro ortamında çoğunlukla oturarak çalışmadan kaynaklanan kas ve eklem sorunlarıyla karşılaşmanın yanı sıra duruş bozuklukları ve uzun süreli bilgisayar kullanımından kaynaklı göz bozuklukları riski olabilir.

Üretim sahalarında bulunduğu, hareket halinde ve ayakta olabilir. Üretim sahalarındaki çalışma ortamlarında bulunduğu gürültü, toz, kimyasallar gibi unsurlardan etkilenme olasılıkları az da olsa söz konusudur. Mesleğe yönelik olarak ortaya çıkabilecek risklerle kaynağında mücadele edilir ve gerekli iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerine uyularak bu riskler bertaraf edilebilir. Risklerin tamamen ortadan kaldırılamadığı durumlarda ise işveren tarafından sağlanan uygun kişisel koruyucu donanımı kullanarak çalışır.

Pazarlama süreçlerinin yürütülmesi yoğun iş temposunda ve stres altında çalışabilmeyi ve süreçte ortaya çıkan güçlüklerin zamanında çözümlenmesi için esnek çalışma saatlerini gerekli kılar.

2.6. Mesleğe İlişkin Diğer Gereklilikler

Mesleğe ilişkin diğer gereklilik bulunmamaktadır.

3. MESLEK PROFİLİ

3.1. Görevler, İşlemler ve Başarım Ölçütleri

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|---|----------|---|-------------------|---|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| A | Pazarlama biriminde kalite, çevre, iş sağlığı ve güvenliği çalışmalarını desteklemek (devamı var) | A.1 | Pazarlama biriminde İSG kurallarının uygulanmasına katkı vermek | A.1.1 | Pazarlama birimi ofisinde, gereken ikaz ve yönlendirme levhalarını uygun şekilde asar. |
| | | | | A.1.2 | Pazarlama birimi ofisinde işletme talimatlarına göre yangın önlemlerini uygular. |
| | | | | A.1.3 | Üretim yapan işletmelerde ve üretim sahalarında prosedürlerle tanımlanmış kişisel İSG önlemlerini alır. |
| | | A.2 | Acil durum prosedürlerinin uygulanmasına iştirak etmek | A.2.1 | Acil durum ekiplerinin çalışmalarına katılır. |
| | | | | A.2.2 | Acil durum tatbikatlarına yapılan planlamalara göre katılır. |
| | | | | A.2.3 | Birim acil tahliye kapılarını ve merdivenlerini işlevsel konumda bulundurur. |
| | | | | A.2.4 | Acil durum anında görevleri kapsamında müdahalelere iştirak eder. |
| | | | | A.2.5 | Aldığı eğitime göre gerekli durumda ilkyardım müdahalesinde bulunur. |
| | | A.3 | Pazarlama biriminde çevre güvenliği kurallarının uygulamasını desteklemek | A.3.1 | Ürünün pazarlama süreçlerinde yasal düzenlemelerde belirtilen çevre güvenliği ölçütleri ve prosedürlerine dair işlemleri, işletme talimatlarına ve amirin yönlendirmesine göre uygular. |
| | | | | A.3.2 | Üründen kaynaklanan çevre güvenliği riski bulunması halinde riski önleyici çalışmaları yasal düzenlemelerde belirtilen çevre güvenliği ölçütlerine göre yürütür. |
| | | | | A.3.3 | Ofis atıklarını firmanın prosedürlerine göre imha eder. |
| | | | | A.3.4 | Ofis ekipmanlarını talimatlarına uygun şekilde kullanır. |
| | | A.4 | İşletmenin yönetim sistemlerinin belgelendirilmesine katkı vermek | A.4.1 | Belgelendirme sürecinde amiri tarafından talep edilen bilgi ve belge hazırlama gibi ilgili hazırlıklara yönelik işlemleri yürütür. |
| | | | | A.4.2 | Pazarlama süreçlerinin yönetim sistemleri gereklerine göre yapılan uygulamalarının kayıtlarını tutar. |
| | | | | A.4.3 | Pazarlama süreçlerinin sistem gereklerine göre yapılan iç denetiminde verilen görevleri yerine getirir. |
| | | | | A.4.4 | Pazarlama süreçlerinin sistem gereklerine göre yapılan dış denetimlerinde, verilen göreve göre denetçilere nezaret eder. |

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|--|----------|---|-------------------|---|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| A | Pazarlama biriminde kalite, çevre, iş sağlığı ve güvenliği çalışmalarını desteklemek | A.5 | Kalite standartlarına ilişkin yönetim sistemlerinin pazarlama süreçlerinde uygulanmasına katkı vermek | A.5.1 | Pazarlama süreçlerini işletmenin yönetim sistemleri talimatlarına uygun olarak yürütür. |
| | | | | A.5.2 | Pazarlama süreçleri uygulamalarının kayıtlarını yönetim sistemleri gereklerine göre tutar. |
| | | | | A.5.3 | Pazarlama sürecine ilişkin yapılan kalite denetimleri sonucunda, iyileştirme çalışmalarına ilişkin öneri geliştirir. |
| | | | | A.5.4 | Pazarlama sürecine ilişkin yapılan kalite denetimleri sonucunda, iyileştirme çalışmalarını verilen görevler çerçevesinde yürütür. |
| | | A.6 | BT tabanlı kurumsal kaynak planlama sistemlerini uygulamak | A.6.1 | Pazarlamada BT tabanlı kurumsal kaynak planlama sisteminin kullanımına ilişkin eğitimlere işletmenin görevlendirmesine göre katılır. |
| | | | | A.6.2 | İşletme tarafından sağlanan BT tabanlı kurumsal kaynak planlama sistemini; pazarlama ile ilgili yürüttüğü işlemlerde, sistemin teknik özelliklerine ve yönergelerine göre kullanır. |

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|--------------------------------------|------------|--|-------------------|---|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| B | İş organizasyonu yapmak (devamı var) | B.1 | İş programını hazırlamak | B.1.1 | İşletmece belirlenen pazarlama planında yapması gereken işleri bir önceki iş programının gerçekleşme durumuna göre belirler. |
| | | | | B.1.2 | Rakip işletmelerin pazarlama faaliyetleri hakkında bilgi toplar. |
| | | | | B.1.3 | İşletmenin ilgili birimlerinden planlamaya dâhil edileceği ürün özellikleri, stok maliyeti gibi konularda analizler yaparak iş programının veri tabanını oluşturur. |
| | | | | B.1.4 | Satış biriminden pazarlaması yapılan ürünlere ilişkin verileri (gerçekleşen satışın son durumu, karşılaşılan sorunlar ve benzeri) toplayarak pazarlama aktivite planını hazırlar. |
| | | | | B.1.5 | Pazarlama planı takvimi ile yapacağı işleri ilişkilendirir. |
| | | | | B.1.6 | Hazırladığı iş programı hakkında amirini bilgilendirir. |
| | | B.2 | Birim içi düzenlenen toplantılara katılmak | B.2.1 | Birim içinde katılacağı toplantının gündemine göre ilgili belge, doküman ve raporları hazırlar. |
| | | | | B.2.2 | Yürüttüğü faaliyetler hakkında birim elemanlarını bilgilendirir. |
| | | | | B.2.3 | Yürüttüğü faaliyetlerin iyileştirilmesine yönelik önerilerde bulunur. |
| | | | | B.2.4 | Toplantıda alınan kararları raporlayarak iş planına yansıtır. |
| | | B.3 | Pazarlama birimi için gerekli araç, gereç, malzeme, donanım ve hizmetler için talepte bulunmak | B.3.1 | Pazarlama biriminin satış dâhil tüm aşamalarda ihtiyacı olan pazarlama araçlarına yönelik (tanıtım malzemeleri, bilgilendirme formları, internet sitesi, e-posta sistemleri, sponsorluklar gibi araç, gereç, malzeme ve donanım gibi) ihtiyaçlarını belirler. |
| | | | | B.3.2 | Belirlediği pazarlama araçları (araç, gereç, malzeme ve donanım) ihtiyaçlarının temin edilmesi hususunu amirin onayına sunar. |
| | | | | B.3.3 | Temin edilen pazarlama araçlarının (araç, gereç, malzeme ve donanımın) amaca uygunluğunu değerlendirerek sonuçları amire bildirir. |
| | | B.4 | Pazarlama süreçlerine ilişkin kayıtları arşivlemek | B.4.1 | Pazarlama süreçleri kayıtlarını işletmenin format ve arşiv modeline uygun bir şekilde kaydeder. |
| | | | | B.4.2 | Düzenlediği kayıtları kullanıma hazır şekilde arşivler. |
| | | | | B.4.3 | Arşivlediği kayıtların işletme prosedürüne ve yöntemine göre yedeklerini alır. |
| | | | | B.4.4 | İşletmenin güvenlik prosedürlerine uygun olarak arşiv güvenlik önlemlerini alır. |

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|-------------------------|------------|--|-------------------|---|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| B | İş organizasyonu yapmak | B.5 | Fuar, sergi, konferans, seminer ve benzeri etkinliklerin yürütülmesine destek vermek | B.5.1 | İşletmenin dâhil olduğu sektördeki etkinlikleri (fuar, sergi, konferans, eğitim, seminer ve benzeri) takip eder. |
| | | | | B.5.2 | İşletmenin katılacağı etkinliklere zamanında başvurma ve katılım işlemlerini yürütür. |
| | | | | B.5.3 | Etkinliklerin yapılacağı yerdeki stant ve sergilenecek ürünleri, tanzim teşhir tekniklerine uygun biçimde marka değerine göre yaratıcı bir şekilde yerleştirir. |
| | | | | B.5.4 | Etkinliğe katılım sonrası gerçekleşen faaliyetleri ve elde edilen kazanımları amire raporlar. |
| | | | | B.5.5 | Etkinlik esnasında tespit edilen potansiyel müşteri ilişkileri ve iş olanakları hakkında amiri bilgilendirir. |

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|---|----------|--|-------------------|--|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| C | Pazarlama planının uygulanmasına katkı vermek | C.1 | Mevcut durum analizi için veri toplamak | C.1.1 | Firmanın geçmiş döneme ilişkin verilerin (satış hacmi, pazar payı, müşteri portföyü, ürün portföyü ile pazar ve pazar konumu değişiklikleri, pazarlama etkinlikleri gibi) toplanmasına katkı verir. |
| | | | | C.1.2 | Firmanın geçmiş dönemlerine ilişkin topladığı verileri işletme formatında uygun bir şekilde raporlayarak amire iletir. |
| | | C.2 | Pazarlama bilgi sisteminin oluşturulmasına katkı vermek | C.2.1 | İşletmenin talepleri doğrultusunda pazar ve pazarlama araştırmalarını yapar. |
| | | | | C.2.2 | Müşteri bilgilerini işletmece belirlenen yöntemlerle toplar. |
| | | | | C.2.3 | Ürüne bağlı olarak tüketici segmentleri (grupları) oluşturur. |
| | | | | C.2.4 | Elde edilen bilgileri veri tabanında toplayıp pazarlama süreçlerindeki ihtiyaçlara göre dönemsel raporlar hazırlayarak amire sunar. |
| | | C.3 | Pazarlama karmasının yönetimi çalışmalarına katkı vermek | C.3.1 | Ürüne ilişkin işletmece belirlenen dönemsel fiyatlandırma, iskonto ve kampanyaların satışları artırmadaki etkinliğini denetler. |
| | | | | C.3.2 | İşletmece dönemsel olarak planlanmış ürün tutundurma faaliyetlerinin sonuçlarını denetleyerek tutundurma stratejilerinin rekabetçilik düzeyinin geliştirilmesine yönelik önerilerde bulunur. |
| | | | | C.3.3 | Dağıtım ağı (kanallar, aracılar, lojistik ve benzeri) için yapılmış uzun dönemli planlar hakkında aldığı bilgileri kullanarak karlı ve yenilikçi dağıtım kanallarının oluşturulması için önerilerde bulunur. |
| | | | | C.3.4 | İşletmenin pazarlama bütçesi ile faaliyet planlarında yer alan harcama kalemleri ile pazarlama bütçesinde gerçekleştirilen harcamaları sistematik bir biçimde karşılaştırır. |
| | | | | C.3.5 | Pazarlama karmasına ilişkin topladığı bilgileri, pazarlama ve satış hedefleri ile tutarlı bir biçimde yıllık pazarlama aksiyonlarına dönüştürerek iş planına yansıtır. |
| | | C.4 | Pazarlama karması planlamasının izlenmesine katkı vermek | C.4.1 | Pazarlama karması planlamasının, belirlenen performans göstergelerine göre (zaman, harcama, satış, müşteri sayısı ve benzeri unsurlar açısından) etkinliğini, etkililiği ve verimliliğine ilişkin verileri toplar. |
| | | | | C.4.2 | Pazarlama karması planlamasına ilişkin topladığı verileri, belirlenen performans göstergelerine göre değerlendirerek hazırladığı raporu amirine sunar. |

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|---|------------|--|-------------------|---|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| D | Ürün geliştirme çalışmalarına katkı vermek (devamı var) | D.1 | Ürün geliştirme çalışmalarını için gereken verileri toplamak | D.1.1 | Ürünün nitelik ve özelliklerine göre müşteriye sunduğu faydaları belirler. |
| | | | | D.1.2 | Piyasadaki benzer ürünlerin nitelik ve özelliklerine ilişkin bilgi toplar. |
| | | | | D.1.3 | Piyasaya sunulacak yeni ürünlere ilişkin ürün yaşam dönemlerindeki uygulamaların sonuçlarını raporlar. |
| | | | | D.1.4 | Ürünlere ilişkin müşteri geri bildirimleri, ihtiyaçları, beklentileri ve algıları ile pazarlama bilgi sistemindeki verileri kullanarak hazırladığı raporu amirine sunar. |
| | | | | D.1.5 | İşletmenin pazarlama planının etkinliğini arttırmak ve hata riskini azaltmak için ihtiyaç duyduğu (piyasa koşulları ve rakiplere ilişkin işletme içi ve işletme dışı bilgi kaynaklarından elde ettiği) verileri amirine iletir. |
| | | D.2 | Ürün markalaşma çalışmalarına katkı vermek | D.2.1 | Piyasaya sunulacak yeni ürünlerin lansmanına yönelik müşteri nezdinde ürün testleri veya hizmet pilot uygulamaları yapar. |
| | | | | D.2.2 | Markanın pazarda tanıtımı ve tutundurması çalışmalarını izler. |
| | | | | D.2.3 | Ürün testleri ve hizmet pilot uygulamaları ile diğer tutundurma faaliyetlerine ilişkin izleme sonuçlarından elde ettiği bilgileri değerlendirerek amirine raporlar. |
| | | D.3 | Ürüne yönelik piyasa araştırması yapmak | D.3.1 | Piyasadaki aynı/benzer ürünler hakkında bilgi (satış fiyatı, üretici firma ve ürünün konumu, marka değeri, müşteri potansiyeli ve benzeri konularda) toplar. |
| | | | | D.3.2 | Piyasadaki aynı/benzer ürünlere dair ödeme şekli ve koşullarına (nakit, vadeli ve benzeri) ilişkin verileri toplar. |
| | | | | D.3.3 | Piyasadaki aynı/benzer ürünlere dair indirim/iskonto oranları ile dönemler/kampanyalara ilişkin bilgileri toplar. |
| | | | | D.3.4 | Piyasadan edindiği; aynı/benzer ürünler, satış fiyatları, müşteriler, rakipler ve benzeri konularla ilgili kantitatif ve kalitatif bilgileri periyodik olarak (dönemsel) amirine raporlar. |
| | | D.4 | Ürün tutundurma çalışmalarına katkı vermek (devamı var) | D.4.1 | Çeşitli satış kanallarından hedef müşteri kitlesinin firmaya bakış açıları, beklentileri ve talepleri ile ilgili bilgileri alır. |
| | | | | D.4.2 | Dış çevreden rakiplerin ürünlerini hangi kanal ve medya aracılığı ile teşhir ettiğini belirleyerek müşterilerin, rakipler ve geçmiş reklam çalışmalarına ilişkin görüşlerini alır. |
| | | | | D.4.3 | Satış promosyonlarına ilişkin sektör ve rakiplerce kullanılan yöntemleri gözlem ve saha araştırmalarıyla belirler. |
| | | | | D.4.4 | Kendisine bildirilen müşteri profiline uygun pazarlama strateji ve yöntemleri hakkında öneriler geliştirir. |

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|--|----------|---|-------------------|---|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| D | Ürün geliştirme çalışmalarına katkı vermek | D.4 | Ürün tutundurma çalışmalarına katkı vermek | D.4.5 | Doğrudan pazarlama ile kitlesel iletişim araçları dışındaki mecraları kullanarak pazarlama iletişim çalışmalarını (hedef kitle ile marka arasında ilişki kuran, bağlılık yaratan, satın almaya teşvik eden, interaktif, somut, davetkâr, katılımcı ve sonuçları ölçülebilen bir biçimde) uygular. |
| | | | | D.4.6 | Reklam çalışmalarına ilişkin yapılan periyodik distribütör, toptancı, perakendeci görüşleri ve müşteri anketleri ve benzeri yöntemler ile reklam faaliyetlerinin etkililiğine ilişkin görüş ve öneriler oluşturur. |
| | | | | D.4.7 | Ürün tutundurma çalışmalarına yönelik iç ve dış çevreden, sosyal medyadan elde ettiği olumlu/olumsuz görüşleri amirine raporlar. |
| | | D.5 | Satış geliştirme faaliyetlerinin düzenlenmesine katkı vermek | D.5.1 | Müşterinin ihtiyaçları ve ürüne ilişkin değerlendirmeler hakkındaki bilgileri toplar. |
| | | | | D.5.2 | Rakiplerin uyguladığı; gösteriler, sergiler, yarışmalar, özel indirim, promosyon, çekiliş ve benzeri satış geliştirme faaliyetlerini izler. |
| | | | | D.5.3 | Yaptığı değerlendirme sonuçlarına göre etkinlikler (gösteriler, sergiler, yarışmalar, özel indirim, promosyon, çekiliş, çapraz satış ve benzeri alternatif satış düzenlemeleri) hakkında öneriler geliştirerek amirinin görüşüne sunar. |
| | | D.6 | İşletme/marka imajının geliştirilmesi ve itibarının arttırılması çalışmalarına katkı vermek | D.6.1 | İşletme imajı ile itibarının korunması ve sürdürülmesi için gerekli stratejileri pazarlama çalışmalarına yansıtır. |
| | | | | D.6.2 | Dış çevreyi sürekli izleyerek işletmenin imajı ve itibarına zarar verecek tehdit olup olmadığını araştırır. |
| | | | | D.6.3 | Dış çevreden firma imajı ve itibarına yönelik olarak algılamalara ilişkin elde ettiği verileri amirine raporlar. |

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|---|----------|---|-------------------|--|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| E | Ürün dağıtım ağı ilişkilerinin yürütülmesine katkı vermek | E.1 | Dağıtım ağı aracılarna ilişkin bilgi toplamak | E.1.1 | İşletme tarafından belirlenen dağıtım ağı etkinliğine ilişkin diğer departmanlardan bilgi toplar. |
| | | | | E.1.2 | Dağıtım ağı aracısı adaylarına ilişkin (referans, piyasadaki güvenilirlik durumu, finansal/mali güç, insan kaynağı ve altyapı) bilgileri toplar. |
| | | | | E.1.3 | Dağıtım ağı aracılardan referanslar, hukuki belgeler ve gerekli görülmesi durumunda alınan teminatlara ilişkin güvence belgelerini temin eder. |
| | | | | E.1.4 | Topladığı bilgi ve belgeleri amirine sunar. |
| | | E.2 | Ürün dağıtım ağı aracılari ile ilişkileri yürütmek | E.2.1 | Dağıtım ağı aracılarna işletme tarafından belirlenen dönemlik satış hedefi ve stratejilerini aktarır. |
| | | | | E.2.2 | Dağıtım ağı aracılarcinca düzenlenmesi planlanan promosyon, kampanya ve benzeri faaliyetler hakkında amirini bilgilendirir. |
| | | | | E.2.3 | Dağıtım ağı aracılarcının ihtiyaç, beklenti ve önerilerini belirlemek amacıyla periyodik olarak toplantı, yüz yüze görüşme ve benzeri faaliyetlere katılır. |
| | | | | E.2.4 | Pazarda etkinlik ve/veya karlılık düştüğünde farklı kanallardan ihtiyaç/beklenti/önerileri belirleyerek amirine raporlar. |
| | | | | E.2.5 | Dağıtım ağı aracılari arasında çatışmaların meydana gelmesi ve/veya aracılarcın performansının düşmesi durumunda işletme tarafından belirlenen düzeltici faaliyetleri yürütür. |
| | | E.3 | Ürün dağıtım ağıında yer alan aracılarcın performansının değerlendirilmesine katkı vermek | E.3.1 | Satış miktar ve tutarları, müşteri geri beslemeleri ve dış çevreden topladığı bilgilere (aracılarcın rakip firmalarla ilişkisinin bulunup bulunmadığı, aracılarcın sorumluluklarını tam olarak yerine getirip getirmediği bilgisi ve benzeri) göre periyodik olarak dağıtım ağı aracılarcının performansına ilişkin verileri toplar. |
| | | | | E.3.2 | Planlanan hedeflerin tutturulamaması durumunda dağıtım ağı aracılarcına ilişkin (toplantı, karşılıklı görüşme, yazışma ve benzeri yöntemlerle) düzeltici faaliyet önerilerini amirine iletir. |
| | | | | E.3.3 | İlgili birimlerin işbirliğinde dağıtım ağı aracılarcına ilişkin düzeltici faaliyetleri yürütür. |

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|---|----------|---|-------------------|---|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| F | Müşteri ilişkilerinin geliştirilmesine katkı vermek | F.1 | Müşteriyi tanımlayıcı verileri toplamak | F.1.1 | İşletmenin pazarlama stratejisine göre tanımlanan müşteri profiline ilişkin satış elemanları ve müşteri araştırma/anketlerinden topladığı verileri bilgiye dönüştürerek pazarlama araçları için kullanır. |
| | | | | F.1.2 | Tanımlanan müşteri profiline ilişkin topladığı verileri belirlenmiş segmentlere uygun olarak müşteri ilişkileri yönetimi sistemi veri tabanına kaydeder. |
| | | | | F.1.3 | Veri tabanına girdiği müşteri profili/özelliklerinden müşterinin tüketim ya da endüstriyel pazarda faaliyet göstermesine göre beklenti, ihtiyaç, memnuniyet, şikâyet ve benzeri bilgileri raporlayarak amirine iletir. |
| | | F.2 | Müşteri hizmetlerinin geliştirilmesine katkı vermek | F.2.1 | Müşteri memnuniyetine ilişkin işletme tarafından belirlenen yöntemlere uygun olarak araştırmalar yapar. |
| | | | | F.2.2 | Müşterinin kendisini özel hissedeceği ürün özellikleri ve faydalarına ilişkin bilgileri ve önerilerini ilgili departmanlara aktararak ürünlerin müşteri ihtiyaçları çerçevesinde geliştirilmesi çalışmalarına katılır. |
| | | | | F.2.3 | İşletme tarafından belirlenen müşteri ilişkileri sürecindeki satış öncesi, satış esnası ve satış sonrası aşamalara ilişkin belirlenen pazarlama stratejileri ve müşteri profili/özelliklerine ilişkin elde ettiği verilerden yararlanarak müşterilere yönelik geliştirilebilecek kişisel ve kişiselleştirilmiş pazarlama programları için önerilerde bulunur. |
| | | | | F.2.4 | Müşteriye erişimde kullanacağı iletişim araçlarının (haber bültenleri, elektronik postalar, sosyal ağ ve benzeri) her birinin önem derecesini (etkinlik/maliyet) belirleyerek pazarlama planlamasında kullanılmak üzere amire raporlar. |
| | | F.3 | Satış sonrası müşteri hizmetlerinin geliştirilmesine katkı vermek | F.3.1 | Satış sonrası hizmet sürecinde belirlediği müşteri memnuniyetsizliğine ilişkin verileri şikâyet yönetimine katkı sağlaması amacıyla değerlendirir. |
| | | | | F.3.2 | Satış sonrası hizmetlerde yaşanan olumsuzlukları firmanın ilgili pazarlama ve müşteri ilişkileri birimlerine raporlayarak iletir. |
| | | | | F.3.3 | Satış sonrası hizmet sürecinde elde ettiği verilere göre satış sonrası hizmetlerin yeniden düzenlenmesi çalışmalarına katılır. |

| Görevler | | İşlemler | | Başarım Ölçütleri | |
|----------|---|----------|---|-------------------|--|
| Kod | Adı | Kod | Adı | Kod | Açıklama |
| G | Meslekî gelişim faaliyetlerine katılmak | G.1 | Bireysel meslekî gelişimini sağlamak | G.1.1 | Eğitim ihtiyaçlarına göre ilgili birim veya kuruluşlar tarafından pazarlama ve ilgili diğer konulara ilişkin düzenlenen eğitim programlarını izleyerek katılım sağlar. |
| | | | | G.1.2 | Meslek ve sektördeki gelişmeleri ilgili kaynaklardan izleyerek çalışmalarına yansıtır. |
| | | | | G.1.3 | Görevleriyle ilgili mevzuat ve norm değişikliklerini işletmenin ilgili birimlerinden veya dış kaynakların yayınlarından izleyerek yürüttüğü işlemlere yansıtır. |
| | | | | G.1.4 | Kişisel kariyer hedeflerine göre kısa ve uzun dönemli meslekî gelişimini planlayarak uygular. |
| | | G.2 | Ekip arkadaşlarına meslekî eğitimler vermek | G.2.1 | Ekip arkadaşlarına gerektiğinde işi uygulamalı olarak gösterir. |
| | | | | G.2.2 | Mevcut dokümanları meslektaşlarıyla paylaşır. |
| | | G.3 | Sektördeki yenilik ve AR-GE çalışmalarını izlemek | G.3.1 | Sektörel yenilikleri ve AR-GE çalışmalarını izlemek amacıyla fuarlara, eğitimlere, bilimsel toplantılara katılır. |
| | | | | G.3.2 | Bilgi iletişim teknolojileri, sosyal medya ile diğer akademik ve sektörel kaynaklardan sektörel yenilikleri takip eder. |
| | | | | G.3.3 | İşletmede değerlendirilebilecek yenilikler hakkında ilgilileri bilgilendirir. |

3.2. Kullanılan Araç, Gereç ve Ekipman

1. Bilgisayar
2. Görüntüleme cihazları (fotoğraf makinesi, kamera, projeksiyon cihazı)
3. Hesap makinesi
4. İletişim araçları (telefon, telsiz ve benzeri)
5. Kaynak planlama yazılım sistemleri (faturalandırma, sevkiyat, araştırma, müşteri veri tabanı, fiyatlandırma, MRP, ERP ve benzeri)
6. KKD (Sahada bulunduğu; iş elbisesi, baret, maske, eldiven, gözlük, bone ve benzeri)
7. Ofis araç ve gereçleri (makas, maket bıçağı, zımba ve benzeri)
8. Ofis ekipmanı (fotokopi makinesi, faks, tarayıcı ve benzeri)
9. Ofis yazılımları
10. Satış kiti (el terminali, POP malzemesi ve POS cihazı, tanıtım CD'si, broşür, katalog, numune, fatura, seyahat/iş programı ve benzeri)
11. Sesli kayıt cihazları
12. Ticari belgeler (irsaliye, fatura, PSF, sipariş formu ve benzeri)
13. Yangın ekipmanı

3.3. Bilgi ve Beceriler

1. Acil durum bilgisi
2. Acil durum prosedürleri hakkında bilgi
3. Acil durum prosedürlerini uygulama becerisi
4. Araç, gereç ve ekipman bilgisi ve kullanma becerisi
5. Araştırma, analiz ve değerlendirme bilgi ve becerisi
6. Bilgisayar, BT okuryazarlığı ve sosyal medyayı kullanma bilgi ve becerisi
7. BT tabanlı kurumsal kaynak planlama sistemleri hakkında bilgi
8. BT tabanlı kurumsal kaynak planlama sistemlerini kullanma becerisi
9. Çalıştığı sektör ile ilgili mevzuat ve normlara dair bilgi
10. Çalıştığı sektörde üretim süreçleri ile standartlarına dair temel bilgi
11. Çalıştığı sektördeki ürünler ve bunların özelliklerine ilişkin bilgi
12. Çevre güvenliği kuralları hakkında bilgi
13. Çevre güvenliği kurallarını uygulama becerisi
14. Çevre koruma yöntemleri bilgisi
15. Dağıtım ağı araçları hakkında bilgi
16. Dağıtım ağı araçlarının performansına ilişkin toplayacağı veriler hakkında bilgi
17. Dağıtım ağı araçlarının performansının değerlendirilmesinde yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
18. Dağıtım ağı hakkında bilgi
19. Dağıtım ağı uygulama bilgisi
20. Dağıtım araçlarına yönelik toplaması gereken bilgiler hakkında bilgi
21. Dağıtım kanalları hakkında bilgi
22. Dikkat ve konsantrasyon becerisi
23. Doğrulama ve kıyaslama bilgi ve becerisi
24. Ekip içinde çalışma becerisi

25. Fiyatlandırma, MRP, ERP ve benzeri işletme yazılımlarını kullanma bilgi ve becerisi
26. Fuar, sergi, konferans, seminer ve benzeri etkinliklere yönelik gerçekleştireceği işlemler hakkında bilgi ve beceri
27. İSG kuralları hakkında bilgi
28. İSG kurallarını uygulama becerisi
29. İş programı hazırlama becerisi
30. İş programı hazırlıklarında dikkat edeceği unsurlar hakkında bilgi
31. İş sağlığı ve güvenliği bilgisi
32. İşletme yönetim sistemleri hakkında bilgi
33. İşletme yönetim sistemlerinin belgelendirilmesi süreci hakkında bilgi
34. İşletme yönetim sistemlerinin belgelendirilmesi sürecinde kendi görev ve sorumlulukları hakkında bilgi ve beceri
35. İşletme/marka imajının geliştirilmesi ve itibarının artırılması çalışmalarında yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
36. İşyeri çalışma prosedürleri bilgisi
37. Kalite yönetim sistemlerine dair temel uygulama bilgi ve becerisi
38. Kayıt tutma ve raporlama bilgi ve becerisi
39. Kitlesele iletişim araçları hakkında bilgi
40. Mevcut durum analizi için gerekli veriler hakkında bilgi
41. Mevcut durum analizi için yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
42. Müşteri hizmetlerinin geliştirilmesinde yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
43. Müşteri ilişkileri süreçleri bilgisi
44. Müşteri tanımlayıcı verileri hakkında bilgi
45. Pazar araştırmaları yapma becerisi
46. Pazarlama araçları hakkında bilgi
47. Pazarlama araçlarını temin etme becerisi
48. Pazarlama araçlarının uygunluğunu değerlendirme becerisi
49. Pazarlama bilgi sistemi hakkında bilgi
50. Pazarlama bilgi sistemini oluşturulmasında yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
51. Pazarlama iletişim çalışmaları hakkında bilgi ve beceriler
52. Pazarlama karması hakkında bilgi
53. Pazarlama karmasının izlenmesinde yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
54. Pazarlama karmasının yönetimi çalışmalarında yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
55. Pazarlama sürecindeki kalite iyileştirme faaliyetleri hakkında bilgi ve beceri
56. Pazarlama süreçleri bilgisi
57. Pazarlama süreçleri ile ilgili teknik terimler bilgisi
58. Pazarlama süreçlerinde tutulan kayıtlar hakkında bilgi
59. Pazarlama süreçlerinde uygulanan kalite standartları hakkında bilgi
60. Pazarlama süreçlerine ilişkin kayıtlar hakkında bilgi
61. Pazarlama süreçlerine ilişkin kayıtları arşivleme becerisi
62. Pazarlama süreçlerini işletmenin kalite standartlarına uygun yürütme becerisi
63. Satış geliştirme faaliyetleri hakkında bilgi

64. Satış geliştirme faaliyetlerinin düzenlenmesinde yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
65. Satış sonrası müşteri hizmetlerinin geliştirilmesinde yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
66. Sayısal ve sayılarla düşünme becerisi
67. Sorun çözme bilgi ve becerisi
68. Sözleşme hazırlama bilgi ve becerisi
69. Sözlü ve yazılı iletişim ve sosyal etkileşim becerisi
70. Temel düzeyde çalıştığı sektördeki ürünlerin kalite kontrol ile son muayene ve deney uygulama yöntemleri ve süreçleri bilgisi
71. Temel düzeyde işletme ürün üretim süreçlerinde arşivleme uygulamaları bilgisi
72. Temel düzeyde marka yönetim bilgi ve becerisi
73. Temel düzeyde muhasebe bilgisi
74. Temel düzeyde pazarlamada reklam ve tanıtım uygulamaları bilgi ve becerisi
75. Temel düzeyde satış uygulamaları bilgi ve becerisi
76. Temel düzeyde ticari hukuk bilgisi
77. Temel düzeyde ticari ve mali mevzuata ilişkin bilgi
78. Temel düzeyde tüketici davranışları bilgisi
79. Temel düzeyde ürün tutundurma bilgi ve becerisi
80. Temel düzeyde veri okuma ve yorumlama uygulamaları bilgi ve becerisi
81. Ticari ve mali belge bilgisi
82. Tutundurma stratejileri hakkında bilgi
83. Tüketici hakları bilgisi
84. Ürün dağıtım araçları ile kuracağı ilişkiler hakkında bilgi ve beceri
85. Ürün geliştirme çalışmaları için toplaması gereken veriler hakkında bilgi
86. Ürün markalaşma çalışmalarında yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
87. Ürün tutundurma çalışmalarında yapması gereken işlemler hakkında bilgi ve beceri
88. Ürüne yönelik piyasa araştırması yapma becerisi
89. Ürüne yönelik piyasa araştırmasında toplayacağı bilgi ve veriler hakkında bilgi
90. Yabancı dil bilgisi (dış pazarlama ve ihracat yapan işletmeler için)

3.4. Tutum ve Davranışlar

1. Bilgi, tecrübe ve yetkisi dâhilinde karar vermek
2. Çalışma ortamında iş disiplini sağlamada doğru, etkili tutum ve davranışlara sahip olmak
3. Çalışma zamanını iş emrine uygun şekilde etkili ve verimli kullanmak
4. Çalışmalarında planlı ve organize olmak
5. Çevre korumaya karşı duyarlı olmak
6. Çevre, kalite ve İSG mevzuatında yer alan düzenlemeleri benimsemek
7. İşyeri çalışma prensiplerine uymak
8. İşyerinde doğru kişilerden, zamanında ve doğru bilgi almak ve bu bilgileri zamanında aktarmak
9. İşyerine ait araç, gereç ve malzemelerin kullanımına özen göstermek
10. Kaynakların verimli kullanılmasına özen göstermek

11. Mesleğine ilişkin konulara yönelik hayat boyu öğrenmeyi sürdürmek
12. Mesleğine ilişkin konularda paylaşımcı olmak
13. Mesleğine ilişkin yeniliklere ve yeni fikirlere açık olmak
14. Meslek etiğine uygun davranmak
15. Pazarlama süreçlerinde müşteri odaklı olmak
16. Pazarlama süreçlerinde risklere karşı öngörülü ve hazırlıklı olmak
17. Pazarlama süreçlerinde satış, araçlar, yasal müeyyideler, piyasa koşulları ile süreç ve kalite olarak çok odaklı çalışmak
18. Pazarlama süreçlerinin yürütülmesinde hızlı ve pratik davranmak
19. Problemleri eksiksiz olarak amirlerine aktarmak
20. Sorumluluğu dâhilindeki iş ve işlemlerde inisiyatif almak
21. Tehlike durumlarını dikkatle algılayıp ilgilileri zamanında bilgilendirmek
22. Temizlik, düzen ve işyeri tertibine özen göstermek

4. ÖLÇME, DEĞERLENDİRME VE BELGELENDİRME

Pazarlama Elemanı (Seviye 4) meslek standardını esas alan ulusal yeterliliklere göre belgelendirme amacıyla yapılacak ölçme ve değerlendirme, gerekli şartların sağlandığı ölçme ve değerlendirme merkezlerinde yazılı ve/veya sözlü teorik ve uygulamalı olarak gerçekleştirilecektir.

Ölçme ve değerlendirme yöntemi ile uygulama esasları bu meslek standardına göre hazırlanacak ulusal yeterliliklerde detaylandırılır. Ölçme ve değerlendirme ile belgelendirmeye ilişkin işlemler 15/10/2015 tarihli ve 29503 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan Meslekî Yeterlilik Kurumu Sınav, Ölçme, Değerlendirme ve Belgelendirme Yönetmeliği çerçevesinde yürütülür.