

Consiliul pentru Standarde Ocupaționale și Atestare
Unitatea de Cercetare și Servicii Tehnice

STANDARD OCUPATIONAL

**Ocupația: Consultant cameral pentru promovare și
informare de afaceri**

Domeniul: Comerț și servicii

București 2000

Unitatea pilot:

Camera de Comerț și Industrie a României și a Municipiului București

Coordonator proiect standard ocupațional:

Daniela Pârlea

Membrii echipei de redactare a standardului ocupațional:

Cristina Victoria Rouă

Lucia Topor

Referenți de specialitate:

Iolanda Mihalache

Aurelia Constanța Chițiba

Standard aprobat COSA la data de 29-08-2000

Cod COSA: O - 300

© copyright 2000 , COSA - U.C.S.T.

Toate drepturile asupra acestui document sunt rezervate.

Acesta nu poate fi reprodus parțial sau integral, nu poate fi folosit sau citat în alte lucrări fara acordul COSA.

Consultant cameral pentru promovare și informare de afaceri

Descrierea ocupației

Consultanta camerală pentru promovare și informare de afaceri se referă la toate activitățile și măsurile pe care trebuie să le întreprindă un consultant cameral și la toate competențele pe care acesta trebuie să le îndeplinească astfel încât să se asigure promovarea afacerilor clienților (membrilor / nemembrilor) în țară și străinătate și informarea de afaceri a acestora, conducând la atingerea obiectivelor de afaceri ale clienților (membrilor / nemembrilor) și în concordanță cu obiectivele și strategia generală a Camerei.

Consultant cameral pentru promovare și informare de afaceri

UNITĂȚILE DE COMPETENȚĂ

Domeniile de competență

Competențe fundamentale

Competențe generale la locul de muncă

Competențe specifice

Unitățile de competență

Comunicare interactivă
Munca în echipă

Administrarea fondului de informații și asigurarea accesului la acesta
Dezvoltare profesională
Promovarea imaginii Camerei

Consiliere de specialitate
Elaborarea de rapoarte și informări
Elaborarea strategiilor de promovare a afacerilor clienților
Implementarea strategiilor de promovare a afacerilor clienților
Încheierea de acorduri/contracte de servicii
Organizarea și planificarea activităților specifice de promovare a afacerilor clienților

Comunicare interactivă

Descrierea unității

ELEMENTE DE COMPETENȚĂ

1. Primește și transmite informații specifice

2. Participă la consultări în grup pe probleme de reprezentare

CRITERII DE REALIZARE

1.1 Primirea și transmiterea de informații se desfășoară continuu, respectându-se cerințele impuse de natura ocupației.

1.2 Comunicarea se realizează cu persoanele autorizate prin atribuții de serviciu, cu respectarea raporturilor ierarhice, operative și funcționale.

1.3 Metodele și mijloacele de comunicare folosite sunt adecvate situației, asigurându-se circulația rapidă corectă și completă a informației.

1.4 Informațiile sunt clare, concise, logice, redactate într-un limbaj specific.

1.5 Modul de adresare este concis și politicos.

1.6 Sursele de informații sunt verificate din punct de vedere al seriozității

2.1 Argumentarea clară și exprimarea fără rețineri a punctelor de vedere proprii.

2.2 Respectarea dreptului la opinie a tuturor participanților în cadrul discuțiilor în grup.

2.3 Tratarea cu atenție, respect și înțelegere a interlocutorilor.

2.4 Acceptarea (alături de ceilalți membrii grupului) a modului de participare la discuții.

Gama de variabile

Persoane autorizate: șefi ierarhici, colegi de muncă cu care se află în relații de colaborare, colaboratori, parteneri de afaceri, membri / nemembri etc.

Metode și mijloace de comunicare: scrisă, orală, directă, indirectă, prin mijloace specifice: telefon, fax, e-mail, suport scris (publicații de specialitate).

Surse de informare: surse interne (propriei Camerei) și surse externe: baze de date, publicații, presa scrisă, studii, analize, rapoarte interne

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințele se referă la :

- schema organizatorică, raporturile ierarhice și atribuțiile de serviciu, cadrul legal operațional, surse de informare autorizate
- terminologia de specialitate și limbaj specific conform domeniilor abordate (economic, juridic, politic, social etc.).

2. La evaluare se va urmări :

- respectarea raporturilor ierarhice, modul de adresare și formulare a ideilor, în vederea asigurării clarității și conciziei informațiilor
- modul de utilizare a limbajului specific și operativitatea în transmiterea informațiilor
- modul de utilizare a mijloacelor de comunicare specifice
- calitatea informațiilor
- modul de adaptare a stilului de muncă în vederea optimizării rezultatelor.

Munca în echipă

Descrierea unității

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|--|--|
| 1. Participă la identificarea și stabilirea sarcinilor în cadrul echipei | 1.1 Sarcinile de muncă sunt identificate și stabilite conform locului și rolului ocupat în cadrul echipei. 1.2 Identificarea obiectivelor și sarcinilor se realizează în conformitate cu dispozițiile șefilor ierarhici, respectându-se regulamentul intern al Camerei. 1.3 Sarcinile și obiectivele sunt stabilite corect, în funcție de necesitățile |
| 2. Participă la îndeplinirea sarcinilor în cadrul echipei. | 2.1 Participarea la îndeplinirea sarcinilor se realizează cu respectarea obiectivelor stabilite. 2.2 Sarcinile de muncă sunt îndeplinite la parametri impuși pentru asigurarea eficientizării activității. |

Gama de variabile

Componenta echipei :

- Șefi ierarhici, colaboratori, clienți, colegi etc.

Surse autorizate :

- atribuții de serviciu, dispozițiile șefilor ierarhici, cadru legal și normative, cerințe clienți.

Parametri impuși :

- condiții / cerințe clienți (rezultate scontate), cadrul legal existent, buget alocat / eveniment (resurse alocate / eveniment), termene stabilite etc.

Solicitanți : membri și / sau nemembri, parteneri și / sau reprezentanți / membri ai acestora.

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințele se refera la :

- atribuțiile de serviciu în
- componența echipei în
- surse autorizate în
- schema organizatorică și raporturile ierarhice în
- cerințe clienți (membri, nemembri, Sistem Cameral) corelate cu programele guvernamentale naționale și oportunitățile oferite de climatul economic internațional.

2. La evaluare se va urmări :

- capacitatea de a colabora cu ceilalți membri din echipă în
- cunoașterea reglementarilor în vigoare, precum și principiile specifice de muncă în
- nivelul cunoștințelor de specialitate și capacitatea de analiză și sinteză, ca premise pentru atingerea obiectivelor propuse.

Administrarea fondului de informații și asigurarea accesului la acesta

Descrierea unității

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|--|--|
| 1. Identifică necesitățile de informare ale membrilor și prioritățile Camerei în domeniu | 1.1 Asigură legătura permanentă cu membrii Camerei în scopul identificării nevoilor acestora de informare. 1.2 Realizează investigații în domeniu la nivelul Camerei. |
| 2. Constituie baza de date | 2.1 Baza de date este constituită din informații verificate cu atenție din punct de vedere al veridicității, corectitudinii și surselor de proveniență. 2.2 Baza de date este întocmită astfel încât. să conțină date specifice reprezentative și utile. 2.3 Informațiile ce alcătuiesc baza de date sunt stocate în funcție de tipul datelor utilizate. 2.4 Baza de date, inclusiv Fișele clienților se realizează cu maximum de obiectivitate și profesionalism, utilizându-se un limbaj clar și specific. |
| 3. Actualizează fondul de informații | 3.1 Informațiile din baza de date sunt revizuite periodic și actualizate astfel încât să corespundă cu situația reală. 3.2 Baza de date este actualizată în urma rezultatelor reviziilor periodice și ori de câte ori este necesar. 3.3 Actualizarea se face cu responsabilitate urmărindu-se stocarea unor informații actuale, corecte și complete. |
| 4. Asigură accesul la baza de date | 4.1 Accesul la fondul de informații este asigurat prompt, la cererea clienților, partenerilor sau colegilor de muncă, cu specificarea condițiilor de plata. 4.2 Cererile de furnizare de informații sunt înregistrate corect. 4.3 Cererile de informații sunt rezolvate prin realizarea unor proceduri de căutare specifice și/sau investigarea altor surse de informații. 4.4 Informațiile solicitate sunt selectate corect din bazele de date proprii sau alte surse. 4.5 La furnizarea informațiilor se asigură, la cerere, asistență tehnică, în condițiile specificate de Camera. |

Gama de variabile

Criterii specifice locului de muncă: tipuri de activități ale Camerei, parteneri de afaceri, manifestări specifice.

Tipul bazei de date: Pe suport magnetic, pe hard disc, pe suport magneto-optic, pe hârtie etc.

Proceduri de căutare specifice: computerizate, manuale.

Tipuri de date: date documentare, informații de afaceri, coordonate clienți etc.

Surse informaționale: publicații românești și străine, cataloage tipărite sau electronice, interviuri directe cu clienți, surse pe Internet etc.

Condiții de plata: sume totale, rabaturi aplicate, taxe etc.

Informațiile cuprinse în fisa clientului (membru /nemembru) se referă la profilul firmei, adresa, comanda aferenta

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințe necesare:

- tipuri de baze de date
- tipuri de date
- surse informaționale
- condiții de plată
- proceduri de căutare a datelor

2. La evaluare se va urmări :

- calitatea și gradul de procesare a informației (corectitudine, veridicitate, precizie, legalitate, concizie, rigurozitate, adaptare la situația existentă)
- profesionalismul și obiectivitatea cu care sunt întocmite fișele clienților
- utilizarea unui limbaj specific, clar
- promptitudinea cu care asigură accesul la informații
- corectitudinea cu care selectează informațiile solicitate

—

Dezvoltare profesională

Descrierea unității

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|--|---|
| 1. Identifică nevoile proprii de | 1.1 Nivelul propriu de pregătire profesională este evaluat corect. 1.2 Necesarul de instruire este stabilit și analizat prin prisma rezultatelor autoevaluării activității. 1.3 Nevoile de perfecționare și autoperfecționare sunt identificate în raport cu cerințele din domeniul de activitate precum și cu cerințele |
| 2. Stabilește sursele și formele de pregătire profesională | 2.1 Sursele de instruire sunt identificate corect, prin raportare la posibilitățile concrete de documentare. 2.2 Sursele și formele de pregătire profesională sunt analizate cu responsabilitate și discernământ, în ceea ce privește calitățile și avantajele lor specifice. 2.3 Formele de pregătire sunt alese cu obiectivitate, în corelare cu posibilitățile existente. 2.4 Sursele și formele de pregătire sunt stabilite cu atenție, în sensul asigurării eficienței pregătirii. |
| 3. Participă la diverse forme de perfecționare | 3.1 Perfecționarea se realizează prin participarea activă, urmărindu-se permanent obiectivele propuse. 3.2 Instruirea este considerată ca fiind eficientă, dacă se asigură însușirea în timp optim a cunoștințelor necesare. 3.3 Instruirea este considerată ca fiind completă, dacă se asigură nivelul de pregătire profesională solicitat la nivelul Camerei și al standardului ocupațional. 3.4 Autoperfecționarea se realizează continuu prin receptarea promptă a oricărui gen de informație relevantă pentru domeniul de activitate. |

Gama de variabile

Surse de instruire: manuale, cursuri, documente, standarde internaționale, broșuri, INTERNET etc.

Forme de pregătire: cursuri de pregătire și seminarii (naționale, internaționale), stagii de pregătire (la nivel local, național, internațional), studiu individual, schimburi de experiență (simpozioane, dezbateri, sesiuni de comunicări, programe de autoperfecționare profesională) etc.

Obiectivele perfecționării: actualizarea și completarea cunoștințelor specifice domeniului de activitate.

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințe necesare:

- surse de instruire
- forme de pregătire profesională
- obiectivele perfecționării

2. La evaluare se va urmări:

- corectitudinea cu care identifică nevoile de instruire
- adaptarea necesarului de instruire la specificul propriei activități
- corectitudinea cu care identifica și analizează sursele și formele de instruire
- obiectivitatea în alegerea formelor de pregătire în concordanță cu necesitățile și posibilitățile existente

—

Promovarea imaginii Camerei

Descrierea unității

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|---|--|
| 1.Promovează imaginea Camerei | 1.1 Imaginea Camerei este promovată corect prin mijloace specifice. 1.2 Promovarea se realizează diferențiat în funcție de obiectivele |
| 2.Participă la / organizează manifestări promoționale | 2.1 Participarea la / organizarea manifestărilor promoționale se realizează cu urmărirea în permanență a obiectivelor propuse în domeniul promovării imaginii Camerei. 2.2 Manifestările promoționale sunt organizate cu respectarea condițiilor stabilite de către Camera. 2.3 Manifestările promoționale sunt organizate diferențiat în funcție de tipul acestora. |

Gama de variabile

Mijloace specifice de promovare: inserarea logo-ului și a datelor de identificare a Camerei pe toate materialele realizate pentru membri / nemembri și prezentarea succintă a Camerei cu toate ocaziile de contact preliminar sau organizarea de manifestări promoționale pentru membri / nemembri

Obiective urmărite: crearea unei imagini corespunzătoare a Camerei, stabilirea de noi relații bilaterale și dezvoltarea acestora, atragerea de parteneri interni și externi etc.

Manifestări promoționale: participă la / organizează expoziții, târguri, seminarii etc.

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințe necesare:

- mijloace specifice de promovare
- tipuri de manifestări promoționale
- obiective urmărite

2. La evaluare se va urmări :

- utilizarea corectă a mijloacelor specifice de promovare
- adaptarea mijloacelor de promovare la obiectivele urmărite
- corectitudinea cu care sunt organizate manifestările promoționale
- respectarea condițiilor stabilite de către Camera și clienți

—

Consiliere de specialitate

Descrierea unității

Unitatea se referă la acele competente pe care un consultant cameral trebuie să le îndeplinească în vederea asistării clientilor în identificarea necesităților de informare și promovare și stabilirii modului concret de acțiune în rezolvarea acestora.

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|---|---|
| 1. Asistă clienții la identificarea necesităților proprii de informare și promovare | 1.1 Necesitățile clienților sunt identificate în concordanță cu specificul firmei care solicită asistență și prin raportare permanentă la realitățile mediului de afaceri. 1.2 Necesitățile clienților sunt identificate corect și în timp util. 1.3 Asistarea clienților se face cu responsabilitate și profesionalism, urmărind realizarea intereselor clienților în concordanță cu politicile și interesele Camerei. |
| 2. Identifică modalități de rezolvare a cerințelor / necesităților clienților | 2.1 Modalitățile de rezolvare a cerințelor clienților sunt identificate utilizând surse autorizate în raport cu natura necesităților acestora. 2.3 Modalitățile de rezolvare a cerințelor clienților se identifică în mai multe variante, în vederea selectării modalităților optime de acțiune. |
| 3. Stabilește împreună cu clienții modalitatea de acțiune | 3.1 Modalitatea de acțiune este selectată corect, asigurându-se eficiența acțiunii. 3.2 Strategia de acțiune este aleasă în concordanță cu resursele de care dispun clientul și Camera. 3.3 Strategia de acțiune este selectată urmărindu-se în permanență încadrarea în condițiile / termenii acordului /contractului. |

Gama de variabile

Necesitățile proprii ale clientului: înființarea sau dezvoltarea unei afaceri, puneri în contact cu firme românești și străine, etc.

Surse autorizate de identificare a necesităților clienților: studii asupra activității firmelor etc.

Resurse: economice, materiale, financiare, umane etc.

Modalitățile de rezolvare a necesităților clienților se referă la: alegerea canalelor de distribuție a materialelor promoționale, stabilirea / realizarea mesajului promoțional, identificarea / alegerea populațiilor țintă, elaborarea materialelor promoționale etc.

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințe necesare:

- necesitățile proprii ale clienților
- surse autorizate de identificare a necesităților
- modalități de rezolvare a lor

2. La evaluare se va urmări:

- responsabilitatea și profesionalismul cu care asistă clienții
- respectarea intereselor Camerei și ale clienților
- corectitudinea și rapiditatea cu care identifică necesitățile clienților
- adaptarea modalităților de rezolvare a cerințelor la specificul acestora
- atenția cu care stabilește și selectează modalitatea concretă de acțiune

—

Elaborarea de rapoarte și informări

Descrierea unității

Unitatea se referă la realizarea și prezentarea materialelor prin care consultantul cameral informează asupra stadiului, concluziilor și măsurilor de viitor în ceea ce privește activitatea specifică de promovare și informare de

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|-------------------------------------|--|
| 1. Culege informații | 1.1 Informațiile sunt culese în timp util, astfel încât. să se respecte termenele planificate. 1.2 Informațiile sunt culese în mod selectiv. 1.3 Culegerea informațiilor se realizează cu atenție, astfel încât. să fie relevante și complete. |
| 2. Formulează concluzii și soluții | 2.1 Concluziile și soluțiile sunt formulate cu obiectivitate și profesionalism și asigură eficientizarea activității. 2.2 Concluziile și soluțiile formulate au aplicabilitate practică, sunt realiste și pertinente. |
| 3. Întocmește rapoarte și informări | 3.1 Rapoartele și informările sunt întocmite astfel încât. să conțină toate informațiile necesare, în funcție de tipul materialului elaborat, conform metodologiei. 3.2 Rapoartele și informările sunt întocmite astfel încât. să se asigure încadrarea în formatul solicitat. 3.3 Întocmirea rapoartelor și informărilor se realizează în timp util, astfel încât. să se încadreze în termenele prevăzute |
| 4. Transmite rapoarte și informări | 4.1 Transmiterea rapoartelor și informărilor se face numai la cerere către instituțiile, clienții și persoanele autorizate prin Regulamentul Intern al Camerei. 4.2 Rapoartelor și informările sunt transmise în timp util și în mod |

Gama de variabile

Tipuri de materiale elaborate: rapoarte și informări pentru client, informări pentru alte departamente ale Camerei, analize, studii, proiecte.

Informațiile incluse în rapoarte se referă la concluzii privind stadiul aplicării strategiei de promovare, rezultatul acțiunilor promoționale, analize statistice despre nivelul cererii de informare și promovare, măsuri de perfecționare a activităților interne etc.

Instituții și persoane autorizate: șefi ierarhici, alte departamente ale Camerei, firme partenere, clienți, etc.

Situații speciale de investigație: situația financiară și credibilitatea comercială a unor firme românești și străine, potențiali parteneri de afaceri etc.

e

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințe necesare:

- instituții și persoane autorizate
- natura informațiilor incluse în rapoarte
- situații speciale de investigații
- metodologia de întocmire a rapoartelor și informărilor
- Regulamentul Intern al Camerei

2. La evaluare se va urmări:

- rapiditatea și atenția cu care culege informațiile
- relevanța informațiilor culese
- obiectivitatea cu care formulează concluzii și soluții
- modul de elaborare a rapoartelor de informare
- respectarea formatului standard și a termenelor prevăzute
- promptitudinea și corectitudinea cu care transmite informațiile

Elaborarea strategiilor de promovare a afacerilor clienților

Descrierea unității

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|--|--|
| 1. Colectează informații legate de activitatea clienților | 1.1 Informațiile legate de activitatea clienților sunt colectate utilizând toate sursele opozabile, disponibile. |
| 2. Analizează și evaluează rezultatele cercetărilor de piață de profil | 1.2 Informațiile colectate trebuie să asigure acuratețea strategiilor 2.1 Informațiile de piață sunt analizate și evaluate cu seriozitate și atenție, prin procedee specifice. |
| 3. Întocmește strategia de promovare din cadrul planului de marketing | 2.2 Pe baza rezultatele cercetărilor de piață se evidențiază elementele cheie ale strategiei de promovare de afaceri. 3.1 Strategia de promovare din cadrul planului de marketing se elaborează corect, cu spirit de responsabilitate și o atentă observare a fenomenelor economice, financiare, de afaceri etc. 3.2 Strategia de promovare din cadrul planului de marketing se realizează în funcție de condițiile existente pe piața vizată cu reliefaarea avantajelor comparative față de concurență. |

Gama de variabile

Surse opozabile: fișele clienților, cercetări / studii de piață, date economico-financiare, interviuri cu clienții etc.

Procedee specifice de analiză și evaluare a informațiilor: metode statistice, sinteze, comparații, inventarierea rezultatelor etc.

Elementele cheie ale strategiei de promovare de afaceri: moduri de acțiune, costuri, canale de distribuție, eficiență etc.

Piața se referă atât la piața internă cât și la piața externă.

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințe necesare:

- surse de informare
- procedee specifice de analiza și evaluare a informațiilor
- cunoștințe de marketing

2. La evaluare se va urmări:

- asigurarea acurateții rezultatelor
- atenția și seriozitatea cu care analizează informațiile
- utilizarea procedeeelor specifice de analiză și evaluare a informațiilor
- corectitudinea aprecierii rezultatelor și elaborării strategiei de promovare din cadrul planului de marketing
- adaptarea strategiei de promovare din cadrul planului de marketing la cerințele pieței

—

Implementarea strategiilor de promovare a afacerilor clienților

Descrierea unității

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|--|--|
| 1. Asigură condițiile de implementare a strategiilor de promovare a afacerilor clienților | <p>1.1 Condițiile de aplicare a strategiilor de promovare a afacerilor clienților sunt asigurate prin activități și evenimente specifice, conform planificării stabilite de către Camera.</p> <p>1.2 Asigurarea condițiilor de implementare a strategiilor se realizează în mod corect, în raport cu natura activităților specifice desfășurate.</p> <p>1.3 Condițiile de implementare a strategiilor sunt asigurate prin specificarea parametrilor, a termenilor stabiliți și prin raportarea permanentă la aceștia.</p> |
| 2. Urmărește încadrarea în termenii de referință stabiliți în cadrul strategiilor de promovare a afacerilor clienților | <p>2.1 Termenii de referință stabiliți în cadrul strategiilor sunt respectate cu strictețe. Sunt permise derogări numai în cazuri specifice.</p> <p>2.2 Încadrarea în termenii de referință stabiliți se urmărește prin activități specifice, desfășurate în mod periodic.</p> <p>2.3 Evaluarea stadiului procesului de implementare se face periodic în vederea identificării și corectării eventualelor disfuncționalități.</p> |
| 3. Aplică măsuri corective concrete pentru asigurarea atingerii obiectivelor stabilite în cadrul strategiilor de promovare a afacerilor clienților | <p>3.1 Aplicarea măsurilor corective urmărește asigurarea continuității proceselor și activităților clientului și ale consultantului.</p> <p>3.2 Măsurile corective concrete sunt aplicate corect, cu responsabilitate și sunt adecvate naturii disfuncționalităților sau evenimentelor perturbatoare.</p> <p>3.3 Măsurile corective se aplică în funcție de evaluările rezultatelor și de programul de acțiuni specifice pentru continuitatea strategiilor de promovare a afacerilor clienților (acolo unde este cazul).</p> <p>3.4 Eventualele disfuncționalități sunt soluționate cu rapiditate, astfel încât. să se asigure încadrarea în timp a implementării strategiilor de</p> |

Gama de variabile

Activități și elemente specifice de implementare a strategiilor: realizare de materiale promoționale, organizări de seminarii, târguri și expoziții, etc.

Termenii de referință stabiliți în cadrul planificării: concordanța cu obiectivele, termeni inițiali, intermediari și finali, sincronizarea acestor termeni etc.

Disfuncționalități ce pot apărea: neîncadrarea în termenii stabiliți, situații neprevăzute / noi, etc.

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințe necesare:

- tipuri de activități specifice de implementare a strategiilor
- tipuri de disfuncționalități
- termenii de referință stabiliți în cadrul planificării

2. La evaluare se va urmări:

- asigurarea condițiilor de aplicare a strategiilor
 - corectitudinea stabilirii termenilor de referință
 - încadrarea în acești termeni și respectarea lor
 - corectitudinea identificării disfuncționalităților
 - promptitudinea cu care aplică măsurile de soluționare a disfuncționalităților
-

Încheierea de acorduri/contracte de servicii

Descrierea unității

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|--|---|
| 1. Prezintă oferta de servicii | 1.1 Oferta de servicii este prezentată cu seriozitate și profesionalism. 1.2 Oferta de servicii este corect întocmită, în funcție de natura colaborării de afaceri. 1.3 Informațiile cuprinse în oferta de servicii sunt clare, bine specificate și complete. |
| 2. Negociază termenii acordului / contractului | 2.1 Termenii acordului / contractului sunt clar definiți respectându-se prevederile legale. 2.2 În negocierea acordului / contractului trebuie să se dea dovadă de flexibilitate, respectându-se punctele de vedere ale clienților. 2.3 Clauzele acordului / contractului se negociază astfel încât. acesta să aducă beneficii părților implicate. 2.4 Negocierea se realizează în limitele competențelor stabilite prin fișa postului sau delegate. |
| 3. Încheie acordul / contractul | 3.1 Acordul / contractul este încheiat cu respectarea prevederilor legale existente în domeniu și a regulamentului intern al Camerei. 3.2 Încheierea acordului / contractului se realizează cu responsabilitate și corectitudine. |

Gama de variabile

Natura acordului / contractului: promovarea clienților, consiliere pe probleme de promovare a afacerilor, colaborare cu furnizori de servicii în vederea realizării activităților de informare / promovare etc.

Informații cuprinse în oferta de servicii: gama de servicii oferite termenul limită de realizare a acordului / contractului, costuri, sume totale, rabaturi aplicate, condiții de realizare a acordului / contractului, condiții de plată etc.

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințe necesare:

- informații cuprinse în ofertele de servicii
- prevederile legale referitoare la oferte
- responsabilități și atribuții cuprinse în fișa postului
- regulamentul intern al camerei

2. La evaluare se va urmări:

- seriozitatea și profesionalismul cu care prezintă ofertele de servicii
- corectitudinea cu care sunt întocmite ofertele
- claritatea și completitudinea informațiilor cuprinse în oferte
- respectarea prevederilor legale la stabilirea termenilor contractului
- respectarea punctelor de vedere ale clienților

—

Organizarea și planificarea activităților specifice de promovare a afacerilor clienților

Descrierea unității

Unitatea se referă la asigurarea tuturor activităților de organizare și planificare care să conducă la satisfacerea necesităților de afaceri ale clienților, a obiectivelor generale ale acestora și la traducerea în practică a strategiei de promovare adoptate de Cameră.

| ELEMENTE DE COMPETENȚĂ | CRITERII DE REALIZARE |
|---|---|
| 1. Stabilește activitățile specifice de promovare | 1.1 Activitățile specifice de promovare sunt stabilite cu atenție și responsabilitate, funcție de strategia generală de afaceri a clienților și obiectivele imediate de afaceri ale acestora. 1.2 Activitățile specifice de promovare se stabilesc cu respectarea strategiilor adoptate de Cameră, respectiv politici și programe de acțiune al acesteia. |
| 2. Alocă resursele necesare realizării activităților specifice de promovare | 2.1 Resursele sunt alocate în funcție de necesitățile de afaceri. 2.2 Alocarea resurselor necesare se realizează ținând cont de natura fiecărei activități specifice de promovare. 2.3 Resursele sunt organizate în sensul utilizării cât mai raționale a acestora în desfășurarea activităților specifice. |
| 3. Organizează acțiuni promoționale | 3.1 Activitățile promoționale se organizează cu atenție, în funcție de resursele disponibile și de oportunitățile de export, necesarul de import și disponibilitatea de cooperare a clienților. 3.2 Organizarea acestora se face pe bază de reciprocitate în cadrul acordurilor de cooperare cu organizațiile partenere, la cererea clienților, la solicitarea organizațiilor partenere. |

Gama de variabile

Acțiuni promoționale: misiuni economice, seminarii, participări la târguri și expoziții etc.

Activități specifice de promovare: lansarea informațiilor despre clienți prin rețele naționale și internaționale de afaceri, activități de reclamă în media tipărită și electronică (CD-ROM-uri, Internet), organizarea de târguri și expoziții.

Necesitățile de afaceri: înființarea sau dezvoltarea unei afaceri (creșterea vânzărilor, pătrunderea pe noi piețe, cooperarea cu parteneri din țară și străinătate), atragerea de noi clienți etc.

Resursele necesare realizării activităților de promovare se referă la resursele materiale, financiare de timp și

Ghid pentru evaluare

1. Cunoștințele se referă la:

- activități specifice de promovare
- strategii adoptate de Cameră, politici și programe ale acesteia

2. La evaluare se va urmări:

- corectitudinea cu care stabilește activitățile de promovare
- atenția și responsabilitatea cu care stabilește activități specifice de promovare
- adaptarea resurselor alocate la necesitățile de promovare și natura activităților specifice
- utilizarea rațională a resurselor