



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO PRACY
I POLITYKI SPOŁECZNEJ**



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



**Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej
w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego**

KRAJOWY STANDARD KOMPETENCJI ZAWODOWYCH

**Kierownik działu sprzedaży
(122102)**

**Przedstawiciele władz publicznych,
wyżsi urzędnicy i kierownicy**

Ministerstwo Pracy i Polityki Społecznej, Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich

Publikacja opracowana w ramach projektu systemowego pn. „Rozwijanie zbioru krajowych standardów kompetencji zawodowych wymaganych przez pracodawców”. Priorytet I PO KL, Działanie 1.1

Krajowy standard kompetencji zawodowych Kierownik działu sprzedaży (122102)

© Copyright by Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich, Warszawa 2013

Kopiowanie i rozpowszechnianie może być dokonane za podaniem źródła

ISBN 978-83-7951-000-9 (całość)

ISBN 978-83-7951-003-0 (3)

Nakład 1000 egz.

Publikacja bezpłatna



Centrum Rozwoju Zasobów Ludzkich

00-697 Warszawa, Aleje Jerozolimskie 65/79, tel. (22) 237-00-00, fax (22) 237-00-99

e-mail: sekretariat@crzl.gov.pl <http://www.crzl.gov.pl>



Wydawnictwo Naukowe Instytutu Technologii Eksploatacji – Państwowego Instytutu Badawczego

26-600 Radom, ul. K. Pułaskiego 6/10, tel. centr. (48) 364-42-41, fax (48) 364-47-65

e-mail: instytut@itee.radom.pl <http://www.itee.radom.pl>

Spis treści

1. Dane identyfikacyjne zawodu	4
1.1. Kod, nazwa zawodu i usytuowanie zawodu w klasyfikacjach	4
1.2. Notka metodologiczna i autorzy.....	4
2. Opis zawodu	6
2.1. Synteza zawodu	6
2.2. Opis pracy i sposobu jej wykonywania, obszary występowania zawodu	6
2.3. Środowisko pracy (warunki pracy, maszyny i narzędzia pracy, zagrożenia, organizacja pracy)	6
2.4. Wymagania psychofizyczne, zdrowotne, w tym przeciwwskazania do wykonywania zawodu	7
2.5. Wykształcenie i uprawnienia niezbędne do podjęcia pracy w zawodzie.....	7
2.6. Możliwości rozwoju zawodowego, potwierdzania/walidacji kompetencji	7
2.7. Zadania zawodowe	8
2.8. Wykaz kompetencji zawodowych	8
2.9. Relacje między kompetencjami zawodowymi a poziomem kwalifikacji w ERK/PRK	9
3. Opis kompetencji zawodowych	10
3.1. Zarządzanie działem sprzedaży Kz1	10
3.2. Realizowanie procesu sprzedaży we współpracy z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym firmy Kz2	11
3.3. Sporządzanie analiz i prognoz oraz podejmowanie decyzji na ich podstawie Kz3	12
3.4. Kompetencje społeczne KzS	14
4. Profil kompetencji kluczowych	15
5. Słownik	16

1. Dane identyfikacyjne zawodu

1.1. Kod, nazwa zawodu i usytuowanie zawodu w klasyfikacjach

Według Klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy (KZiS 2010):

122102 Kierownik działu sprzedaży

Grupa wielka 1 – Przedstawiciele władz publicznych, wyżsi urzędnicy i kierownicy (w Międzynarodowej Klasyfikacji Standardów Edukacyjnych ISCED 2011 – poziom 6).

Grupa elementarna 1221 – Kierownicy do spraw marketingu i sprzedaży (w Międzynarodowym Standardzie Klasyfikacji Zawodów ISCO-08 odpowiada grupie 1221 Sales and marketing managers).

Według Polskiej Klasyfikacji Działalności (PKD 2007):

Sekcja M. Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, Dział 74. Pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, Grupa 74.9. Pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, gdzie indziej niesklasyfikowana.

1.2. Notka metodologiczna i autorzy

Opis standardu kompetencji zawodowych wykonano na podstawie: analizy źródeł (akty prawne, klasyfikacje krajowe, międzynarodowe) oraz głównie wyników badań analitycznych na 17 stanowiskach pracy w 9 przedsiębiorstwach (duże – 2, średnie – 2, małe – 4, mikro – 1, w tym, handlowe – 5, produkcyjno-handlowe – 1, usługowe – 1, inne – handlowo-usługowe – 1, produkcyjno-usługowo-handlowe – 1), przeprowadzonych w marcu 2013 r.

Zespół Ekspercki:

- Joanna Kolos – Dr Oetker Polska Sp. z o.o. w Gdańsku,
- Katarzyna Peplińska – SerCom Solutions w Łodzi,
- Magdalena Wróbel – BETASOAP Sp. z o.o. w Tyszowcach,
- Edyta Koziół – Instytut Technologii Eksploatacji – PIB w Radomiu.

Ewaluatorzy:

- Piotr Dąbrowski – Pragma Factoring S.A. w Katowicach,
- Jana Chudzik – ekspert niezależny, były pracownik Instytutu Rynku Kapitałowego – WSE Reasearch S.A., Grupa Kapitałowa Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie.

Recenzenci:

- Maciej Zawitkowski – Streetcom w Warszawie,
- Piotr Wiśniewski – KPW Consulting w Warszawie.

Komisja Branżowa (zatwierdzająca):

- Bogdan Grzybowski (przewodniczący) – Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych w Warszawie,
- Zbigniew Sokołowski – Krajowa Izba Gospodarcza w Warszawie,
- Wiesława Małgorzata Mizielska – Polska Izba Handlu w Warszawie.

Data zatwierdzenia:

- 25.09.2013 r.

2. Opis zawodu

2.1. Synteza zawodu

Kierownik działu sprzedaży zarządza zespołem handlowym oraz odpowiada za realizację planu sprzedaży.

2.2. Opis pracy i sposobu jej wykonywania, obszary występowania zawodu

Kierownik działu sprzedaży zarządza podległym zespołem pracowników w celu osiągnięcia założonych wyników, ocenia pracowników oraz motywuje ich do pracy. Do jego obowiązków należy: sporządzanie oraz analiza raportów i prognoz dotyczących rynku, weryfikacja planów sprzedaży, tworzenie strategii sprzedaży przedsiębiorstwa. Kierownik działu sprzedaży monitoruje działania konkurencji na podległym rynku. Dzięki otrzymywanym informacjom oraz własnej wiedzy i doświadczeniu podejmuje on decyzje istotne dla procesu, którym zarządza. Do zadań kierownika działu sprzedaży należy również pozyskiwanie nowych rynków zbytu oraz nadzór nad prawidłowym zawieraniem umów. Osoba zatrudniona na tym stanowisku powinna dbać o rozwój działu sprzedaży oraz brać czynny udział w projektach, których celem jest doskonalenie procesów logistycznych w przedsiębiorstwie.

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

Kierownik działu sprzedaży pracuje w pomieszczeniach biurowych oraz w terenie, jeżeli wymaga tego sytuacja (np. spotkania z kontrahentami). Podstawowymi narzędziami pracy są: komputer (z dostępem do Internetu), telefon, fax, samochód. Długotrwała praca przy komputerze wiąże się z obciążeniem dla narządu wzroku i kręgosłupa. Osoba zatrudniona na tym stanowisku pracuje pod presją czasu, podejmuje ważne dla przedsiębiorstwa decyzje, co może sprzyjać rozwojowi chorób psychosomatycznych. Jest to stanowisko samodzielne, ale pod nadzorem – osoba pełni zarówno funkcję kierownika, jak i podwładnego. Praca nie jest rutynowa, osoba wykonująca ten zawód musi potrafić samodzielnie organizować sobie oraz podległym pracownikom pracę. Często praca wymaga wyjazdów służbowych. W naturę zawodu wpisane są częste kontakty z ludźmi (np. podczas negocjowania warunków handlowych z odbiorcami). Czas pracy zwykle wynosi osiem godzin dziennie, ale nie są to godziny stałe. W dużej mierze czas pracy zależy od ilości i rodzaju zadań, które nadzoruje kierownik działu sprzedaży.

2.4. Wymagania psychofizyczne, zdrowotne, w tym przeciwwskazania do wykonywania zawodu

Kierownik działu sprzedaży powinien mieć wysoko rozwinięte umiejętności interpersonalne oraz analityczne. Ważne jest, aby łatwo nawiązywał i podtrzymywał kontakty z ludźmi. Wymagane są również umiejętność negocjacji i szybkiego podejmowania decyzji. Kierownik działu sprzedaży powinien być osobą kreatywną i otwartą na innowacyjne rozwiązania, potrafiącą podejmować niepopularne decyzje. Powinien umieć zarządzać ludźmi, odpowiednio motywować zespół, jednocześnie egzekwując wykonywanie przydzielonych zadań. Specyfika zawodu wymaga odporności na stres, zrównoważenia psychicznego oraz opanowania w sytuacjach trudnych.

2.5. Wykształcenie i uprawnienia niezbędne do podjęcia pracy w zawodzie

Kierownik działu sprzedaży powinien posiadać wykształcenie wyższe pierwszego stopnia, wskazane jest wykształcenie z zakresu zarządzania, ekonomii, marketingu. Pożądana jest znajomość języków obcych (przynajmniej jednego) oraz obsługi komputera (zwłaszcza programów biurowych). Ze względu na specyfikę pracy dobrze widziane jest posiadanie prawa jazdy kat B. Do wykonywania zawodu wskazane jest co najmniej dwuletnie doświadczenie zawodowe w dziale sprzedaży, zaopatrzenia bądź logistyki. Preferowane jest potwierdzenie doskonalenia umiejętności na dodatkowych szkoleniach i kursach dotyczących zarówno wiedzy z zakresu marketingu i sprzedaży, jak i z zakresu zarządzania kapitałem ludzkim.

2.6. Możliwości rozwoju zawodowego, potwierdzania/ walidacji kompetencji

Uzyskane kompetencje zawodowe można potwierdzić dyplomem ukończenia uczelni wyższej. W zawodzie kierownika działu sprzedaży bardzo ważna jest wiedza potwierdzona doświadczeniem zawodowym. Kierownik działu sprzedaży powinien ciągle rozwijać swoje kompetencje. Osoby na tym stanowisku powinny brać udział w kursach, szkoleniach, studiach podyplomowych. W ten sposób możliwe jest uzyskanie dodatkowych kwalifikacji. Pożądane są dla tego zawodu między innymi kursy z obszaru doskonalenia umiejętności negocjacyjnych, technik sprzedaży, umiejętności budowania długofalowych, dobrych relacji z klientami, zarządzania zespołem pracowników oraz szkolenie z za-

rzządzania czasem. Dodatkowo wskazany jest udział w konferencjach branżowych, na których możliwy jest transfer wiedzy między przedsiębiorstwami. Kierownik działu sprzedaży może awansować na stanowisko dyrektora sprzedaży.

2.7. Zadania zawodowe

- Z1. Organizowanie stanowiska pracy zgodnie z obowiązującymi przepisami BHP, ppoż. i ergonomii i ochrony środowiska (niezbędne kompetencje: Kz1, Kz2, Kz3, KzS).
- Z2. Organizowanie pracy działu sprzedaży (niezbędne kompetencje: Kz2, KzS).
- Z3. Negocjowanie warunków sprzedaży z klientami (niezbędne kompetencje: Kz3, KzS).
- Z4. Analizowanie raportów i prognoz dotyczących rynku sprzedaży (niezbędne kompetencje: Kz3, KzS).
- Z5. Kierowanie podległym zespołem oraz dbanie o jego rozwój (niezbędne kompetencje: Kz1, Kz2, Kz3, KzS).
- Z6. Planowanie i realizacja sprzedaży (niezbędne kompetencje: Kz1, Kz2, Kz3, KzS).
- Z7. Monitorowanie i raportowanie osiąganych wyników (niezbędne kompetencje: Kz3, KzS).
- Z8. Tworzenie strategii działań handlowych we współpracy z innymi działami (niezbędne kompetencje: Kz1, Kz2, Kz3, KzS).
- Z9. Inicjowanie i zgłaszanie przełożonemu projektów usprawniających funkcjonowanie działu sprzedaży (niezbędne kompetencje: Kz2, Kz3, KzS).
- Z10. Kontrolowanie przepływu środków finansowych (niezbędne kompetencje: Kz1, Kz3, KzS).

2.8. Wykaz kompetencji zawodowych

- Kz1 – Zarządzanie działem sprzedaży (potrzebne do wykonywania zadań: Z1, Z2, Z5, Z6, Z8, Z10).
- Kz2 – Realizowanie procesu sprzedaży we współpracy z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym firmy (potrzebne do wykonywania zadań: Z1, Z3, Z5, Z6, Z8, Z9).
- Kz3 – Sporządzanie analiz i prognoz oraz podejmowanie decyzji na ich podstawie (potrzebne do wykonywania zadań: Z1, Z4, Z5, Z6, Z7, Z8, Z9, Z10).
- KzS – Kompetencje społeczne (potrzebne do wykonywania zadań: Z1÷Z10).

2.9. Relacje między kompetencjami zawodowymi a poziomem kwalifikacji w ERK/PRK

Kompetencje zawodowe potrzebne do wykonywania zadań w zawodzie sugeruje się wykorzystać do opisu kwalifikacji na **poziomie 6** właściwym dla wykształcenia wyższego pierwszego stopnia w Europejskiej i Polskiej Ramie Kwalifikacji. Poziom ten jest uzasadniony miejscem usytuowania zawodu w Klasyfikacji zawodów i specjalności (grupa wielka 1 i jej odpowiednik w ISCED 2011).

Osoba wykonująca zawód kierownika działu sprzedaży:

- 1) w zakresie wiedzy: posiada zaawansowaną wiedzę dotyczącą otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego firmy; zna złożone uwarunkowania i zależności z zakresu zarządzania procesem sprzedaży;
- 2) w zakresie umiejętności: posiada umiejętności do innowacyjnego wykonywania zadań oraz rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zmiennych i nieprzewidywalnych warunkach; samodzielnie planuje własne uczenie się i ukierunkowuje pracowników działu sprzedaży w tym zakresie; komunikuje się ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, odpowiednio uzasadniając stanowiska.

3. Opis kompetencji zawodowych

Opis kompetencji dotyczy tylko kompetencji zawodowych zdefiniowanych w badaniach na stanowiskach pracy.

Wykonanie zadań zawodowych Z1, Z2, Z5, Z6, Z8, Z10 wymaga posiadania kompetencji zawodowej Kz1.

3.1. Zarządzanie działem sprzedaży Kz1

Wiedza – zna i rozumie w zaawansowanym stopniu fakty, teorie, metody, złożone zależności i uwarunkowania z zakresu zarządzania działem sprzedaży, w szczególności zna:

- zasady i przepisy BHP, ochrony ppoż., ergonomii, ochrony środowiska w zakresie zarządzania działem sprzedaży;
- zasady organizacji pracy działu sprzedaży i działów kooperujących;
- procedury i regulaminy wewnętrzne firmy;
- zasady obiegu dokumentacji w przedsiębiorstwie;
- systemy motywacyjne adresowane do poszczególnych grup pracowniczych;
- zasady komunikacji interpersonalnej;
- metody planowania i zasady doboru szkoleń;
- techniki sprzedaży;
- strategię sprzedaży przedsiębiorstwa;
- mechanizmy i zasady budowy strategii sprzedażowej;
- standardy dotyczące przepływu środków finansowych w przedsiębiorstwie;

Umiejętności – wykonuje złożone zadania zawodowe w sposób innowacyjny oraz rozwiązuje problemy w zakresie zarządzania działem sprzedaży, samodzielnie planuje własne uczenie się, komunikuje się z otoczeniem uzasadniając swoje stanowisko, w szczególności potrafi:

- przestrzegać zasad i przepisów BHP, ochrony ppoż., ergonomii, ochrony środowiska w zakresie zarządzania działem sprzedaży;
- stosować zasady organizacji pracy obowiązujące w przedsiębiorstwie;
- przestrzegać procedur i regulaminów obowiązujących w przedsiębiorstwie;
- stosować zasady obiegu dokumentacji przedsiębiorstwie;
- przestrzegać wymagań ustawowych dotyczących ochrony danych osobowych;
- oceniać okresowo pracowników;
- stosować zróżnicowane techniki motywacyjne;
- komunikować się z zespołem i przełożonymi;
- planować i organizować szkolenia;

- zasady rekrutacji i zwalniania pracowników;
- rynek dóbr/usług/produktów, na którym operuje przedsiębiorstwo;
- wymagania dotyczące ochrony danych osobowych.
- dostosowywać zakres szkoleń do potrzeb pracowników;
- planować i określać priorytety własne i współpracowników;
- stosować techniki efektywnej sprzedaży;
- wybierać skuteczną strategię handlową;
- formułować we współpracy z innymi działami strategię sprzedaży;
- badać, weryfikować dokumenty finansowe działu sprzedaży;
- rozdzielać środki na realizowane projekty;
- administrować procesem rozliczania pracowników i osób współpracujących;
- rekrutować pracowników.

Wykonanie zadań zawodowych Z1, Z3, Z6, Z8, Z9 wymaga posiadania kompetencji zawodowej Kz2.

3.2. Realizowanie procesu sprzedaży we współpracy z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym firmy Kz2

Wiedza – zna i rozumie w zaawansowanym stopniu fakty, teorie, metody, złożone zależności i uwarunkowania z zakresu realizowania procesu sprzedaży we współpracy z otoczeniem firmy, w szczególności zna:

- zasady i przepisy BHP, ochrony ppoż., ergonomii, ochrony środowiska w zakresie realizowania procesu sprzedaży;
- metody badań otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego firmy;
- pozycję firmy na rynku;

Umiejętności – wykonuje złożone zadania zawodowe w sposób innowacyjny oraz rozwiązuje problemy w zakresie realizacji procesu sprzedaży, samodzielnie planuje własne uczenie się, komunikuje się z otoczeniem firmy, uzasadniając swoje stanowisko, w szczególności potrafi:

- przestrzegać zasad i przepisów BHP, ochrony ppoż., ergonomii, ochrony środowiska w zakresie realizowania procesu sprzedaży;
- określać wpływ otoczenia we-

- źródła dostępu do informacji;
 - techniki współpracy i negocjacji;
 - techniki sprzedaży;
 - strukturę organizacyjną przedsiębiorstwa;
 - plan rozwoju przedsiębiorstwa;
 - zasady komunikacji interpersonalnej;
 - kanały sprzedaży i dystrybucji.
- wewnętrznego i zewnętrznego firmy na wyniki sprzedaży;
 - oceniać pozycję firmy na rynku;
 - korzystać z różnych źródeł informacji;
 - stosować różne techniki negocjacji;
 - stosować techniki sprzedaży;
 - komunikować się z innymi działami w celu opracowania wspólnej strategii;
 - zapewniać wsparcie merytoryczne i operacyjne dla działów, z którymi współpracuje;
 - pozyskiwać informacje na temat kanałów sprzedaży i dystrybucji;
 - inicjować projekty usprawnień;
 - zgłaszać przełożonym innowacyjne propozycje usprawnień dotyczące procesu sprzedaży.

Wykonanie zadań zawodowych Z1, Z4, Z6, Z7, Z8, Z10 wymaga posiadania kompetencji zawodowej Kz3.

3.3. Sporządzanie analiz i prognoz oraz podejmowanie decyzji na ich podstawie Kz3

Wiedza – zna i rozumie w zaawansowanym stopniu fakty, teorie, metody, złożone zależności i uwarunkowania z zakresu sporządzania analiz i prognoz oraz wykorzystania ich wyników w procesie podejmowania decyzji, w szczególności zna:

- zasady i przepisy BHP, ochrony ppoż., ergonomii, ochrony środowiska w zakresie sporządzania analiz i prognoz;
- rodzaje i zasady sporządzania analiz;

Umiejętności – wykonuje złożone zadania zawodowe w sposób innowacyjny oraz rozwiązuje problemy w zakresie sporządzania analiz i prognoz oraz wykorzystania ich wyników przy podejmowaniu decyzji, samodzielnie planuje własne uczenie się, komunikuje się z otoczeniem, uzasadniając swoje stanowisko, w szczególności potrafi:

- przestrzegać zasad i przepisów BHP, ochrony ppoż., er-

- plan rozwoju przedsiębiorstwa;
 - zasady interpretacji wyników;
 - zasady raportowania;
 - oferty i pozycję przedsiębiorstw konkurencyjnych;
 - sposoby raportowania wyników;
 - otoczenie przedsiębiorstwa;
 - strategię sprzedaży przedsiębiorstwa;
 - mechanizmy i zasady budowy strategii sprzedażowej;
 - standardy dotyczące przepływu środków finansowych w przedsiębiorstwie.
- gonomii, ochrony środowiska w zakresie sporządzania analiz i prognoz;
 - sporządzać analizy jakościowe i ilościowe dotyczące sprzedaży;
 - sporządzać prognozy dotyczące sprzedaży produktów i usług;
 - wykorzystywać wyniki analiz do prawidłowego koordynowania pracy działu sprzedaży;
 - korzystać z wyników analiz i prognoz przy negocjowaniu warunków współpracy;
 - przeprowadzać analizę konkurencji;
 - raportować wyniki pracy działu sprzedaży;
 - przewidywać trendy i zmiany w otoczeniu przedsiębiorstwa;
 - oceniać pozycję przedsiębiorstwa na rynku;
 - współpracować z innymi działami w przedsiębiorstwie przy formułowaniu strategii sprzedaży;
 - badać, weryfikować dokumenty finansowe działu sprzedaży;
 - rozdzielać środki na realizowane projekty;
 - administrować proces rozliczania pracowników i osób współpracujących.

Wykonanie wszystkich zidentyfikowanych w standardzie zadań zawodowych wymaga posiadania kompetencji społecznych KzS.

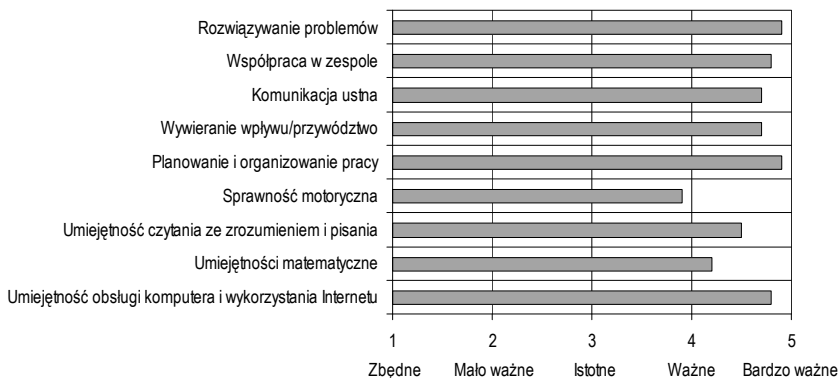
3.4. Kompetencje społeczne KzS:

- ponosi odpowiedzialność za skutki działań własnych i podległego personelu w dziale sprzedaży,
- upowszechnia wzorce właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim,
- uzupełnia i aktualizuje wiedzę niezbędną do realizacji procesów sprzedaży oraz wprowadzania innowacji dotyczących kierowania działem sprzedaży,
- dokonuje krytycznej oceny działań swoich i zespołu działu sprzedaży,
- przestrzega zasad etyki zawodowej związanych z zadaniami zawodowymi własnymi oraz zespołu sprzedaży, którym kieruje,
- potrafi samodzielnie podejmować trafne decyzje w kwestiach dotyczących procesów sprzedaży.

4. Profil kompetencji kluczowych

Ocenę ważności kompetencji kluczowych dla zawodu kierownika działu sprzedaży przedstawia rys. 1.

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



Rys. 1. Profil kompetencji kluczowych dla zawodu 122102 Kierownik działu sprzedaży

5. Słownik

Zawód	– zbiór zadań (zespół czynności) wyodrębnionych w wyniku społecznego podziału pracy, wykonywanych stale lub z niewielkimi zmianami przez poszczególne osoby i wymagających odpowiednich kwalifikacji i kompetencji (wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych) zdobytych w wyniku kształcenia lub praktyki. Wykonywanie zawodu stanowi źródło dochodów.
Specjalność	– jest wynikiem podziału pracy w ramach zawodu, zawiera część czynności o podobnym charakterze (związanych z wykonywaną funkcją lub przedmiotem pracy) wymagających pogłębionej lub dodatkowej wiedzy i umiejętności zdobytych w wyniku dodatkowego szkolenia lub praktyki.
Zadanie zawodowe	– logiczny wycinek lub etap pracy w ramach zawodu o wyraźnie określonym początku i końcu, wyodrębniony ze względu na rodzaj lub sposób wykonywania czynności zawodowych powiązanych jednym celem, kończący się produktem, usługą lub decyzją.
Kompetencje zawodowe	– wszystko to, co pracownik wie, rozumie i potrafi wykonać, odpowiednio do sytuacji w miejscu pracy. Opisywane są trzema zbiorami: wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych.
Wiedza	– zbiór opisów faktów, zasad, teorii i praktyk przyswojonych w procesie uczenia się, odnoszących się do dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej.
Umiejętności	– zdolność wykonywania zadań i rozwiązywania problemów właściwych dla dziedziny uczenia się lub działalności zawodowej.
Kompetencje społeczne	– zdolność autonomicznego i odpowiedzialnego uczestniczenia w życiu zawodowym i społecznym oraz kształtowania własnego rozwoju, z uwzględnieniem kontekstu etycznego.
Kompetencje kluczowe	– wiedza, umiejętności i postawy odpowiednie do sytuacji, niezbędne do samorealizacji i rozwoju osobistego, bycia aktywnym obywatelem, integracji społecznej i zatrudnienia.
Standard kompetencji zawodowych	– norma opisująca kompetencje zawodowe konieczne do wykonywania zadań zawodowych wchodzących w skład zawodu, akceptowana przez przedstawicieli organizacji zawodowych i branżowych, pracodawców, pracobiorców i innych kluczowych partnerów społecznych.
Kwalifikacja	– zestaw efektów uczenia się (zasób wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych), których osiągnięcie zostało formalnie potwierdzone przez uprawnioną instytucję.
Europejska Rama Kwalifikacji	– przyjęta w Unii Europejskiej struktura i opis poziomów kwalifikacji, umożliwiający porównywanie kwalifikacji uzyskiwanych w różnych krajach. W Europejskiej Ramie Kwalifikacji wyróżniono 8 poziomów kwalifikacji opisywanych za pomocą efektów uczenia się; stanowią one układ odniesienia krajowych ram kwalifikacji.
Polska Rama Kwalifikacji	– opis hierarchii poziomów kwalifikacji wpisywanych do zintegrowanego rejestru kwalifikacji w Polsce.
Krajowy System Kwalifikacji	– ogół rozwiązań służących ustanawianiu i nadawaniu kwalifikacji (potwierdzaniu efektów uczenia się) oraz zapewnianiu ich jakości.