



TEHNIČKI OPIS PRODAJNE VJEŠTINE

U ŠKOLSKOJ GODINI
2025./2026.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	3
1.1. NAZIV I OPIS NATJECATELJSKE DISCIPLINE	3
1.1.1. NAZIV NATJECATELJSKE DISCIPLINE	3
1.1.2. OPIS VEZANIH KVALIFIKACIJA, ZANIMANJA I RADNIH MJESTA	3
1.2. SADRŽAJ, RELEVANTNOST I VAŽNOST OVOG DOKUMENTA	6
1.3. POVEZANI DOKUMENTI.....	6
2. SPECIFIKACIJA STANDARDA NATJECATELJSKE DISCIPLINE.....	7
2.1. OPĆE NAPOMENE VEZANE UZ SPECIFIKACIJU STANDARDA NATJECATELJSKE DISCIPLINE	7
2.2. SPECIFIKACIJA STANDARDA NATJECATELJSKE DISCIPLINE	8
3. PRAVILA VREDNOVANJA.....	12
3.1. OPĆE SMJERNICE	12
4. PRAVILA BODOVANJA	13
4.1. OPĆE SMJERNICE	13
4.2. KRITERIJI VREDNOVANJA.....	13
4.3. VREDNOVANJE I BODOVANJE PROSUDBOM.....	14
4.4. VREDNOVANJE I BODOVANJE MJERENJEM	15
4.5. VREDNOVANJE – PREGLED	15
4.6. ZAVRŠETAK SPECIFIKACIJE VREDNOVANJA VJEŠTINA.....	16
4.7. PROCEDURA VREDNOVANJA VJEŠTINE	17
5. MODEL ZADATKA	20
5.1. OPĆE SMJERNICE	20
5.2. FORMAT/STRUKTURA MODELA ZADATKA	20
5.3. RAZVOJ MODELA ZADATKA.....	21
5.3.1. TKO RAZVIJA MODEL ZADATKA.....	21
5.3.2. RASPORED RAZVOJA MODELA ZADATKA	21
5.4. ODABIR ZADATKA ZA NATJECANJE.....	21
5.5. OBJAVLJIVANJE MODELA ZADATKA I PRAVILA BODOVANJA.....	21
6. INFORMACIJE I KOMUNIKACIJA.....	22
6.1. RASPRAVNI FORUM	22
6.2. INFORMACIJE ZA NATJECATELJE.....	22
7. ZDRAVLJE, SIGURNOST I OKOLIŠ	23
8. MATERIJALI I OPREMA	26
8.1. INFRASTRUKTURNI POPIS.....	26
8.2. MATERIJALI, OPREMA I ALATI KOJE DONOSI NATJECATELJ/MENTOR	28
8.3. ZABRANJENI MATERIJALI I OPREMA	29
8.4. PREPORUČENO RADNO MJESTO ZA NATJECANJE	29
9. PROMIDŽBA I VIDLJIVOST NATJECANJA	32
10. ODRŽIVOST	34

1. UVOD

1.1. NAZIV I OPIS NATJECATELJSKE DISCIPLINE

1.1.1. NAZIV NATJECATELJSKE DISCIPLINE

Prodajne vještine

1.1.2. OPIS VEZANIH KVALIFIKACIJA, ZANIMANJA I RADNIH MJESTA

U disciplini Prodajne vještine mogu se natjecati učenici koji se obrazuju za stjecanje kvalifikacije **prodavač**.

Ključni poslovi:

- pripremanje radnog mjesta i održavanje opreme i strojeva u prodavaonici i skladištu
- uređenje prodavaonice u skladu s prigodom i asortimanom
- čuvanje kvalitete robe i ljudskog zdravlja u prodavaonici i skladištu
- nabavljanje i skladištenje robe
- pripremanje robe i prodajnog prostora za proces prodaje
- upravljanje prodavaonicom u skladu sa zakonskim propisima
- vođenje poslovno-prodajnog razgovora na materinskom i stranom jeziku
- vođenje blagajničkog poslovanja
- pakiranje i aranžiranje prodanih proizvoda u skladu sa svojstvima robe
- provjeravanje zadovoljstva kupaca nakon kupnje
- rješavanje reklamacija kupaca u skladu s propisima o zaštiti potrošača
- vođenje zaliha u skladištu i prodajnom prostoru
- vođenje poslovno-prodajne dokumentacije
- implementacija promotivnih aktivnosti u prodajnom prostoru

Vještine:

- protumačiti stručne sadržaje u usmenom i pisanom obliku na materinskom i stranom jeziku
- izvoditi jednostavne matematičke operacije bez upotrebe kalkulatora
- primijeniti informacijsko-komunikacijsku tehnologiju u obavljanju poslova
- rješavati probleme iz gospodarskog računa (kalkulacija cijene i sl.)

- pokazati komunikativnost, poduzetnost, ljubaznost, etičnost (prema kupcu, suradnicima i imovini), samostalnost, samoinicijativnost, samokritičnost, spremnost na cjeloživotno učenje
- prezentirati komercijalna svojstva robe i djelovati kao savjetnik kupcu u prodajnom procesu
- komunicirati s kupcem uvažavajući njegovo mišljenje i argumentirano obrazložiti svoje stavove
- pakirati i aranžirati proizvode
- estetski oblikovati prodajni prostor
- održavati dobre međuljudske odnose na prodajnom mjestu
- prepoznati robne novitete u funkciji pospješivanja prodaje
- planirati promotivne aktivnosti u maloprodaji
- istražiti postkupovno ponašanje i zadovoljstvo kupaca i upravljati odnosima s kupcima (*Customer Relationship Management*)

Specifičnosti struke:

Prodavač savjetuje i uslužuje kupce, naručuje i zaprima robu, sastavlja kalkulaciju cijene, izlaže i pozicionira proizvode prema planogramu te prodaje robu. Pritom prikuplja informacije o željama i potrebama kupaca te ih prenosi odgovornim osobama.

Prodavač je često i blagajnik te je tada odgovoran za blagajnu i blagajničke poslove vezane uz dnevne novčane tokove te pakiranje i aranžiranje prodanih proizvoda nakon naplate.

Kako bi omogućio nesmetano odvijanje radnih procesa, prodavač treba poznavati propise o poslovanju prodavaonice i zaštititi ljudskog zdravlja i okoliša. Prodavači u prodavaonicama prehrambenih proizvoda su obvezni polagati tečaj o higijenskom minimumu, za pružanje prve pomoći, zaštite od požara, zaštite na radu, sigurnosno rukovanje viličarom, rad na salmoreznici i slično.

Kako bi kvalitetno obavljao navedene poslove, prodavač treba biti komunikativan, snalažljiv, stručan, ljubazan, odgovoran, savjestan, povjerljiv, samoinicijativan, samostalan u radu i spreman na cjeloživotno učenje.

U okruženju ubrzanog životnog ritma i nedostatka osobnog pristupa, posebno je važna interakcija između kupca i prodavača, koja kupcu omogućava da prezentirani proizvod dodirne, pomiriše ili okusi. U prodavaonici se brzo prepoznaje osoba koja uživa u poslu, stoga su prodavači vrijednost u koju treba stalno ulagati.

Prodavači sve više koriste internet u svom poslovanju, a kupci izražavaju svoja mišljenja o proizvodima upravo na internetu. Marketinška funkcija prodavača sve više prihvaća kupca kao partnera u virtualnoj dimenziji jer on uspoređuje proizvode s konkurentnima i daje svoje preporuke te na taj način utječe na mišljenje ostalih potrošača. Istraživanja pokazuju kako je jedan od najznačajnijih utjecaja na odluku u kupnji društvena odgovornost prodavača

(etičnost) i odgovornost prema okolišu. Pritom su ključne vještine prodavača: ugodna komunikacija, tehnika pitanja, povezivanje koristi koju ponuda nosi s potrebom kupca, vještina dodatnog prodavanja, vještina vladanja delikatnim situacijama, tehnika zaključivanja prodaje i tehnika odobravanja i pohvaljivanja.

Zbog različitih uvjeta rada na različitim mjestima te uzimajući u obzir opis i organizaciju posla, poželjno je da prodavač bude osoba bez ograničene zdravstvene sposobnosti.

Kontraindikacije za ovo zanimanje jesu: oštećenje funkcije vida, neraspoznavanje osnovnih boja, gluhoća i teža naglušnost u govornom području, oštećenje glasa i/ili govora koje utječe na komunikaciju, teža oštećenja funkcije mišićno-koštanog sustava, kronični poremećaji koji znatno remete kognitivno i emocionalno funkcioniranje.

Zdravstveni rizici za ovo zanimanje jesu: ozljede na radnome mjestu pri rukovanju opremom te bolesti unutarnjih i reproduktivnih organa pri radu i izloženosti naglim promjenama temperature. Dulje bavljenje tim poslom može dovesti do različitih iskrivljenja kralježnice i bolesti nogu.

Uspješni i učinkoviti prodavači mogu napredovati na rukovodeće položaje, primjerice na mjesto poslovođe ili šefa prodaje ili nabave, voditelja odjela, voditelja prodavaonice te se mogu zaposliti na mjestu gdje se obavlja internetska prodaja i telefonska prodaja. Moguća je horizontalna prohodnost: proširenje stručnih kompetencija za potrebe radnog mjesta iste razine složenosti i vertikalna prohodnost: mogućnost stjecanja kvalifikacije na višoj razini.

Radno okruženje:

Prodavač je zaposlen na svim mjestima gdje se prodaje roba, uglavnom radi u zatvorenom prostoru, ali prema potrebi i na otvorenom. Radni uvjeti također se razlikuju, ovisno o vrsti prodaje, veličini robe i lokaciji prodajnog mjesta. Ako se prodajni proces odvija na otvorenom (štandovima) ili zatvorenom prostoru (hladnjače - gdje su niske temperature ili slične komore s višim temperaturama), prodavači mogu biti izloženi različitim vremenskim uvjetima i naglim promjenama temperature. Velika je mogućnost za rad nedjeljom i praznikom (blagdanom) te noćni rad (primjerice rad u specijaliziranim prodavaonicama poput benzinskih crpki, punjenje prodavaonice robom te popis robe za inventuru). Posao se pretežno obavlja stojeći i u hodu, a često je potrebno prenositi teret te penjati se po ljestvama.

Prodavač može raditi i samostalno ukoliko se radi o maloj prodavaonici. Posao se obavlja u jednoj ili dvije smjene, a moguće je i dvokratno radno vrijeme.

Važnost praćenja trendova:

Trgovina je jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti koja zapošljava oko 15,23% ukupnog broja zaposlenih u Republici Hrvatskoj. Stoga je nužno praćenje i prilagođavanje poslovanja zahtjevima suvremenih svjetskih trendova.

Kvalitetni prodavači „pretvaraju“ potencijalne kupce u kupce, kontinuirano razvijajući odnos s njima jer je tržište zasićeno velikim brojem sličnih proizvoda i usluga. Prodaja zahtijeva konstantnu uključenost prodavača u praćenje trendova kako bi prepoznao robne novitete s

ciljem pospešivanja prodaje. Važnu ulogu pritom ima sustav upravljanja informacijama o kupcima (*Customer Relationship Management*).

Prodavači se tijekom školovanja ili kasnije specijaliziraju za prodaju različite robe, što podrazumijeva detaljno poznavanje svih značajki i načina uporabe robe koju prodaju, odnosno redovito praćenje trendova na tržištu i cjeloživotno educiranje i usavršavanje.

1.2. SADRŽAJ, RELEVANTNOST I VAŽNOST OVOG DOKUMENTA

Ovaj dokument sadrži tehnički opis natjecateljske discipline Prodajne vještine u strukovnom obrazovanju u Republici Hrvatskoj.

Tehnički opis i specifikacija standarda mogu se djelomično ili potpuno naslanjati na specifikacije standarda WorldSkills International i WorldSkills Europe organizacije.

Svi sudionici natjecanja – mentori, natjecatelji, prosudbena povjerenstva (školska, međuzupanijska i državna povjerenstva) i organizacijska povjerenstva trebali bi biti dobro upoznati s dokumentom.

1.3. POVEZANI DOKUMENTI

Uz Tehnički opis potrebno je koristiti se sljedećim dokumentima:

- Modelom zadatka,
- pravilima i uputama za organizaciju i provedbu natjecanja učenika strukovnih škola WSC 2026,
- mrežnim i drugim resursima Agencije za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih.

2. SPECIFIKACIJA STANDARDA NATJECATELJSKE DISCIPLINE

2.1. OPĆE NAPOMENE VEZANE UZ SPECIFIKACIJU STANDARDA NATJECATELJSKE DISCIPLINE

Specifikacija standarda specificira znanje, razumijevanje i specifične vještine koje podupiru najbolju praksu u tehničkoj i strukovnoj izvedbi. Specifikacija standarda trebala bi odražavati zajedničko globalno razumijevanje o tome što za gospodarstvo i poslovanje predstavlja određena natjecateljska disciplina i s njome povezano radno mjesto i zanimanje.

Svako natjecanje u vještinama trebalo bi, u onoj mjeri u kojoj je to moguće, odražavati najbolju praksu kao što je opisano u specifikacijama standarda. Specifikacije standarda su, stoga, vodilja za potrebnu edukaciju i pripremu za natjecanje u vještinama.

Na natjecanju u vještinama ocjena znanja i razumijevanja provest će se kroz vrednovanje i bodovanje izvedbe. Neće se provoditi zaseban test znanja i razumijevanja.

Specifikacija standarda podijeljena je na zasebne cjeline. Svakoj cjelini dodijeljen je udio (postotak) u zbroju bodova kako bi ukazao na relevantnu važnost unutar specifikacije standarda. Zbroj svih bodova iznosi 100.

Shema za dodjelu bodova i zadatak za natjecanje ocijenit će samo one vještine koje su uklopljene u specifikaciju standarda. Odražavat će specifikaciju standarda u najširem mogućem opsegu u skladu s dopuštenim ograničenjima natjecanja u vještinama.

Shema za dodjelu bodova i zadatak za natjecanje pratit će raspodjelu bodova unutar specifikacije standarda do mjere u kojoj je to izvedivo u praksi. Dopuštena je varijacija od 5 posto, pod uvjetom da to ne mijenja težinski faktor dodijeljen specifikacijom standarda.

2.2. SPECIFIKACIJA STANDARDA NATJECATELJSKE DISCIPLINE

CJELINA		RELATIVNI UDIO U %
1.	Poslovna dokumentacija prodavaonice	10%
	<p>Pojedinac mora znati i razumjeti:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● elemente i način popunjavanja digitalne tiskanice - narudžbenice ● elemente i način popunjavanja digitalne tiskanice - skladišne primke ● elemente i način popunjavanja digitalne tiskanice - komisijski zapisnik ● karakteristike opravdane ili neopravdane reklamacije ● sastavnice reklamacije ● način izrade reklamacije dobavljaču ● evidenciju zaliha robe u skladištu ● sastavnice narudžbenice ● sastavnice skladišne primke ● sastavnice komisijskog zapisnika ● elektroničku nabavu ● pojam i elemente blagajničkog izvještaja ● namjenu naloga za plaćanje ● namjenu zapisnika o promjeni cijene ● namjenu zapisnika o otpisu ● svrhu popisa u prodavaonici ● elemente izvješća o provedenom popisu ● način vođenja knjige popisa o nabavi i prodaji ● elemente blagajničke uplatnice i isplatnice 	
	<p>Pojedinac će biti u stanju:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● pravilno popuniti tiskanicu narudžbenice u digitalnom obliku ● pravilno popuniti tiskanicu skladišne primke u digitalnom obliku ● pravilno popuniti tiskanicu komisijskog zapisnika u digitalnom obliku ● izraditi i oblikovati poslovni dopis - reklamaciju ● evidentirati zalihe robe u skladištu ● izraditi elektroničku nabavu ● pravilno popuniti digitalnu tiskanicu - blagajnički izvještaj ● pravilno popuniti nalog za plaćanje ● pravilno popuniti digitalnu tiskanicu - zapisnik o promjeni cijene ● pravilno popuniti digitalnu tiskanicu - zapisnik o otpisu robe ● pravilno popuniti tiskanicu inventurne liste u papirnatom i/ili digitalnom obliku 	

CJELINA	RELATIVNI UDIO U %
<ul style="list-style-type: none"> • pravilno popuniti digitalnu tiskanicu - izvješće o provedenom popisu • pravilno popuniti knjigu popisa o nabavi i prodaji robe • pravilno popuniti blagajničku uplatnicu i isplatnicu u papirnatom i/ili digitalnom obliku 	
2. Cijena u maloprodaji	7%
<p>Pojedinac mora znati i razumjeti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • rad na računalu u Ms Office Wordu • način popunjavanja digitalne tiskanice • elemente kalkulacije nabavne cijene robe • elemente kalkulacije maloprodajne cijene robe • izračun maloprodajne cijene robe 	
<p>Pojedinac će biti u stanju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ispuniti digitalni obrazac jednostavne kalkulacije nabavne cijene robe • ispuniti digitalni obrazac složene kalkulacije nabavne cijene robe • ispuniti digitalni obrazac kalkulacije maloprodajne cijene robe 	
3. Poticanje prodaje usmjereno na prodajni prostor	23%
<p>Pojedinac mora znati i razumjeti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • postupak čišćenja pulta, izloga i prodajnog prostora • način pripreme robe za prodaju • načela izlaganja robe na police prema planogramu • pravila izlaganja robe u izlogu • elemente predloška maloprodajne cijene proizvoda • tehnike kreativnog uređenja prodavaonice i izloga • elemente prigodnih, izravnih i vanjskih promidžbenih sredstava • postupke pravilnog zbrinjavanja otpada 	
<p>Pojedinac će biti u stanju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • provesti postupak čišćenja pulta, izloga i prodajnog prostora • pripremiti robu za izlaganje • izložiti robu na police prema planogramu • izložiti robu u izlog na kreativan način • popuniti predloške maloprodajne cijene proizvoda • ispisati cijene proizvoda • urediti prodajni prostor i izlog¹ • predstaviti temu uređenja prodajnog prostora • izraditi prigodna, izravna i vanjska promidžbena sredstva koristeći informacijsko-komunikacijske tehnologije • pravilno zbrinuti otpad 	

¹ Mentori natjecatelja koji se plasiraju na državno natjecanje trebaju dostaviti prijedlog dvije teme za uređenje prodajnog prostora do 2. ožujka 2026. godine na mail adresu: prodajne.vjestine.wsc@gmail.com. Detaljne upute nalaze se u 8. poglavlju na 29. stranici ovog dokumenta.

CJELINA		RELATIVNI UDIO U %
4.	Prodajni razgovor	30%
	<p>Pojedinac mora znati i razumjeti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pravila odijevanja na radnom mjestu • uspostaviti kontakt s kupcem • definirati kupčeve potrebe • navesti obilježja proizvoda • oblike predstavljanja proizvoda • važnost dopunske prodaje • vrste prigovora kupca • tehnike zaključivanja prodajnog razgovora • obračun i naplatu robe • izraditi prodajnu dokumentaciju (račun) u računalnom programu ili u obliku tiskanice • elemente prodajne dokumentacije (račun) • stilove aranžiranja i estetskog oblikovanja proizvoda • rastanak s kupcem • postupke pravilnog zbrinjavanja otpada 	
	<p>Pojedinac će biti u stanju:</p> <ul style="list-style-type: none"> • poštovati pravila odijevanja • uspostaviti kontakt s kupcem • postavljati otvorena i zatvorena pitanja • izvesti prodajnu prezentaciju • ostvariti dopunsku prodaju • riješiti prigovor kupca • zaključiti prodajni razgovor • upoznati kupca s oblicima plaćanja • popuniti tiskanicu računa ili izraditi račun u računalnom programu² • naplatiti prodanu robu • zapakirati proizvod • primijeniti pravila verbalne i neverbalne komunikacije • pravilno zbrinuti otpad 	
5.	Komunikacija u prodavaonici	30%
	<p>Pojedinac mora znati i razumjeti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • načine provjeravanja zadovoljstva kupaca u svim fazama prodaje • način izrade digitalnog anketnog upitnika • razliku između zatvorenih i otvorenih pitanja • sastavnice reklamacije • karakteristike opravdane ili neopravdane reklamacije • postupke pripreme proizvoda za degustaciju/ demonstraciju • način komunikacije sa stvarnim i potencijalnim kupcima 	

² Na državnoj razini postoji mogućnost korištenja računalnog programa za izradu računa o kojem će natjecatelji i mentori biti pravodobno obaviješteni.

CJELINA	RELATIVNI UDIO U %
<ul style="list-style-type: none"> ● Zakon o zaštiti potrošača ● elemente motivacijskog pisma ● pojam i svrhu životopisa ● stilove aranžiranja i estetskog oblikovanja proizvoda u svrhu izrade prigodnih pakiranja s ciljem povećanja zadovoljstva kupca ● postupke pravilnog zbrinjavanja otpada 	
<p>Pojedinac će biti u stanju:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● izraditi anketni upitnik u digitalnom obliku ● provesti postupak anketiranja kupaca ● analizirati prikupljene podatke ● prikazati rezultate istraživanja u obliku izvješća ● odgovoriti na reklamaciju u skladu s pravima potrošača ● informirati kupce o programu vjernosti i provesti postupak pristupanja ● komunicirati s različitim skupinama kupaca ● izraditi i oblikovati motivacijsko pismo ● izraditi životopis u zadanom predlošku ● izraditi prigodna, izravna i vanjska promidžbena sredstva koristeći informacijsko-komunikacijske tehnologije ● zapakirati proizvod u skladu s prigodom i zahtjevom kupca ● odabrati proizvode za degustaciju/demonstraciju ● pripremiti proizvode za degustaciju/demonstraciju ● predstaviti komercijalna svojstva odabranih proizvoda ● pravilno zbrinuti otpad 	
UKUPNO	100%

3. PRAVILA VREDNOVANJA

3.1. OPĆE SMJERNICE

Ova cjelina, kao i cjelina 4, sadrži informacije i smjernice vezane uz vrednovanje i bodovanje. Sukladno tome, primjenjuju se Pravila za organizaciju i provedbu natjecanja učenika strukovnih škola.

Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih razvila je pravila vrednovanja i bodovanja na natjecanju te će ona biti predmet neprestanog razvoja i temeljitog razmatranja. Porast stručnosti pri ocjenjivanju utjecat će na buduću upotrebu i smjer glavnih instrumenata ocjenjivanja koji se upotrebljavaju na natjecanjima u vještinama: shema za dodjelu bodova, model zadatka i informatički sustav natjecanja.

Pri ocjenjivanju na natjecanjima obično se upotrebljavaju dvije metode: mjerenje i prosudba. Svako vrednovanje vršit će se na temelju referentnih vrijednosti koje odražavaju najbolju praksu u gospodarskoj djelatnosti. Pravila bodovanja moraju uključivati referentne vrijednosti te slijediti težinski faktor unutar specifikacije standarda. Model zadatka predmet je vrednovanja za natjecanje u vještini te također slijedi specifikaciju standarda. Informatički sustav natjecanja omogućuje pravovremen i točan unos podataka te služi kao podrška.

4. PRAVILA BODOVANJA

4.1. OPĆE SMJERNICE

Ova cjelina opisuje ulogu i mjesto pravila bodovanja te način vrednovanja i vrednovanja rada natjecatelja prikazanog kroz model zadatka i procedure za vrednovanje.

Pravila bodovanja osnovni su instrument na natjecanjima jer povezuju vrednovanja sa standardima koji predstavljaju vještinu koja se provjerava. Osmišljeni su tako da se bodovi dodjeljuju za svaki element vrednovanja izvedbe natjecatelja u skladu s relativnim udjelom u specifikaciji standarda.

Temeljem relativnog udjela naznačenog u specifikaciji standarda i pravilima bodovanja utvrđuju se parametri za izradu modela zadatka.

Pravila bodovanja razvija radna skupina koja razvija i model zadatka. Konačna pravila bodovanja i model zadatka mora odobriti Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih. Kod izrade zadatka za natjecanje poželjno je uključiti predstavnike gospodarstva.

Odobrena pravila bodovanja moraju biti unesena u informatički sustav natjecanja barem osam tjedana prije natjecanja i to putem standardne tablice informatičkog sustava natjecanja ili na drugi dogovoreni način.

4.2. KRITERIJI VREDNOVANJA

Glavna odrednica pravila bodovanja jesu kriteriji vrednovanja koji proizlaze iz modela zadatka. U nekim natjecanjima u vještinama kriteriji vrednovanja bit će slični naslovima cjelina u specifikaciji standarda; u drugima će biti potpuno drugačiji. Obično ima pet do devet kriterija vrednovanja. Bez obzira na to podudaraju li se naslovi, pravila bodovanja moraju se temeljiti na relativnom udjelu u specifikaciji standarda.

Kriterije vrednovanja određuju osobe koje razvijaju pravila bodovanja te definiraju kriterije koje smatraju najprikladnijima za vrednovanje i bodovanje modela zadatka. Obrazac sa sažetkom bodovanja kojeg generira informatički sustav natjecanja sadrži popis kriterija vrednovanja.

Bodove koji se dodjeljuju svakom od kriterija izračunava informatički sustav natjecanja. Oni će biti kumulativna suma bodova dodijeljenih svakom elementu vrednovanja unutar jednog kriterija.

Svaki kriterij vrednovanja može biti podijeljen na više elemenata vrednovanja. Svaki element detaljno definira pojedinačnu stvar koja se treba vrednovati i bodovati zajedno s bodovima i uputama kako se oni trebaju dodijeliti.

Elementi se vrednuju mjerenjem i/ili prosudbom te su vidljivi na Obrascu za bodovanje. Obrazac za vrednovanje sadrži elemente koji se vrednuju i boduju mjerenjem ili prosudbom. Neki kriteriji se vrednuju putem obje metode. U tom slučaju postoje dva različita obrasca za vrednovanje za dvije različite metode.

Svaki vrednovatelj (član prosudbenog povjerenstva) upisuje dodijeljene bodove u svoj obrazac za vrednovanje tako da zbroj bodova dodijeljenih svakom elementu vrednovanja bude u rasponu bodova dodijeljenom za tu cjelinu u specifikaciji standarda.

Tablica za raspodjelu bodova bit će objavljena u informatičkom sustavu natjecanja osam tjedana prije natjecanja kada se budu revidirala pravila bodovanja. Obrazac za bodovanje detaljno navodi sve elemente koje treba bodovati zajedno s bodovima koji su im dodijeljeni, referentnim vrijednostima i referencom na odlomak u specifikaciji standarda.

PRIMJER TABLICE KRITERIJA PO UDJELIMA

CJELINE SPECIFIKACIJE STANDARDA	KRITERIJI					UKUPNA OCJENA PO CJELINI
	Poslovna dokumentacija prodavaonice	Cijene u maloprodaji	Poticanje prodaje usmjereno na prodajni prostor	Prodajni razgovor	Komunikacija u prodavaonici	
Poslovna dokumentacija prodavaonice	10					10
Cijene u maloprodaji		7				7
Poticanje prodaje usmjereno na prodajni prostor			23			23
Prodajni razgovor				30		30
Komunikacija u prodavaonici					30	30
UKUPNA OCJENA PREMA KRITERIJU	10	7	23	30	30	100

4.3. VREDNOVANJE I BODOVANJE PROSUDBOM

Uz mjerenje, od vrednovatelja (članovi prosudbenog povjerenstva) očekuje se da donesu profesionalne prosudbe. Obično se radi o prosudbama o kvaliteti. Tijekom procesa osmišljavanja i finalizacije pravila bodovanja i modela zadatka odredit će se i zabilježiti referentne vrijednosti kako bi služile kao vodilja u prosudbama.

Bodovanje prosudbom koristi se sljedećim rasponom bodova:

- 0 bodova – izvedba je na bilo koji način ispod industrijskog standarda/standarda struke
- 1 bod – izvedba koja zadovoljava industrijski standard/standard struke

- 2 boda – izvedba koja zadovoljava i do određene mjere nadilazi industrijski standard/standard struke
- 3 boda – izvrsna ili izvanredna izvedba u odnosu na očekivanje industrijskog standarda/standarda struke

4.4. VREDNOVANJE I BODOVANJE MJERENJEM

Tijekom procesa vrednovanja i bodovanja mjerenjem moguće je dodijeliti samo maksimalan broj bodova ili nulu. Iznimno, ako prosudbeno povjerenstvo tako odluči za pojedinu disciplinu, moguće su iznimke u kojima se može dodijeliti i parcijalne bodove.

4.5. VREDNOVANJE – PREGLED

Za obje metode vrednovanja, prosudbu i mjerenje, prosudbeno povjerenstvo sastojat će se od 3 do 5 vrednovatelja.

Dobra praksa vrednovanja obuhvaća i prosudbu i mjerenje te se obje metode primjenjuju specifično i široko. Konačne proporcije mjerenja i prosudbe, bilo specifične ili široke, određene su standardima, njihovim težinskim faktorima i prirodom modela zadatka.

4.6. ZAVRŠETAK SPECIFIKACIJE VREDNOVANJA VJEŠTINA

Ovaj odlomak definira kriterije vrednovanja i broj dodijeljenih bodova (mjeranjem i prosudbom). Ukupan zbroj bodova za sve kriterije vrednovanja mora biti 100.

CJELINA	KRITERIJ	BODOVI		UKUPNO
		PROSUDBA	MJERENJE	
A	POSLOVNA DOKUMENTACIJA PRODAVAONICE	0	10	10
B	CIJENE U MALOPRODAJI	0	7	7
C	POTICANJE PRODAJE USMJERENO NA PRODAJNI PROSTOR	9	14	23
D	PRODAJNI RAZGOVOR	21	9	30
E	KOMUNIKACIJA U PRODAVAONICI	0	30	30
UKUPNO:		30	70	100

4.7. PROCEDURA VREDNOVANJA VJEŠTINE

Prije natjecanja predsjednik prosudbenog povjerenstva svim članovima prosudbenog povjerenstva objasniti će metodu vrednovanja. Svi bi članovi prosudbenog povjerenstva trebali vrednovati isti element za sve natjecatelje. Svi članovi prosudbenog povjerenstva vrednuju elemente koji donose otprilike isti postotak bodova.

Kriterij A – Poslovna dokumentacija prodavaonice – 10

Članovi prosudbenog povjerenstva metodom mjerenja vrednovat će sljedeće elemente:

- točnost ispunjene narudžbenice
- točnost ispunjenog komisijskog zapisnika
- elemente i točnost reklamacije dobavljaču
- točnost ispunjene skladišne primke
- točnost ispunjenog blagajničkog izvještaja
- točnost ispunjenog naloga za plaćanje
- točnost ispunjenog zapisnika o promjeni cijena
- točnost ispunjenog zapisnika o otpisu
- točnost ispunjene inventurne liste
- točnost ispunjenog izvješća o provedenom popisu
- točnost ispunjene knjige popisa o nabavi i prodaji
- točnost ispunjene blagajničke uplatnice i isplatnice

Kriterij B – Cijene u maloprodaji – 7

Članovi prosudbenog povjerenstva metodom mjerenja vrednovat će sljedeće elemente:

- točnost jednostavne kalkulacije nabavne cijene robe
- točnost složene kalkulacije nabavne cijene robe
- točnost kalkulacije maloprodajne cijene robe

Kriterij C – Poticanje prodaje usmjereno na prodajni prostor – 23

Članovi prosudbenog povjerenstva metodom prosudbe vrednovat će sljedeće elemente:

- originalnost ideje za uređenje prodajnog prostora i izloga
- estetski izgled prodajnog prostora i izloga
- praktičnu primjenjivost uređenja prodajnog prostora i izloga
- vizualnu atraktivnost prodajnog prostora i izloga

- izlaganje robe u izlogu
- predstavljanje teme uređenja prodajnog prostor
- izradu prigodnih, izravnih i vanjskih promidžbenih sredstava koristeći informacijsko-komunikacijske tehnologije

Članovi prosudbenog povjerenstva metodom mjerenja vrednovat će sljedeće elemente:

- postupak čišćenja pulta, izloga i prodajnog prostora
- pripremu robe za izlaganje
- izlaganje robe na police prema planogramu
- točnost ispunjenog predloška maloprodajne cijene
- izradu prigodnih, izravnih i vanjskih promidžbenih sredstava koristeći informacijsko-komunikacijske tehnologije
- postupke pravilnog zbrinjavanja otpada

Kriterij D – Prodajni razgovor – 30

Članovi prosudbenog povjerenstva metodom prosudbe vrednovat će sljedeće elemente:

- pozdravljanje i pristup kupcu
- postavljanje otvorenih i zatvorenih pitanja
- prodajnu prezentaciju
- rješavanje prigovora kupca
- provođenje dopunske prodaje
- zaključivanje prodajnog razgovora
- upoznavanje kupca s oblicima plaćanje
- vještina pakiranja robe
- ispraćaj kupca

Članovi prosudbenog povjerenstva metodom mjerenja vrednovat će sljedeće elemente:

- poštivanje pravila odijevanja
- brzinu pakiranja
- točnost ispunjene tiskalice računa ili izradu računa u računalnom programu
- naplatu robe
- postupke pravilnog zbrinjavanja otpada

Kriterij E – Komunikacija u prodavaonici – 30

Članovi prosudbenog povjerenstva vrednovat će metodom mjerenja sljedeće elemente:

- anketni upitnik u digitalnom obliku
- prikaz rezultata istraživanja u obliku izvješća
- elemente i točnost odgovora na reklamaciju kupca
- elemente motivacijskog pisma
- usklađenost životopisa sa specifičnim zahtjevima natječaja za posao
- izradu prigodnih, izravnih i vanjskih promidžbenih sredstava koristeći informacijsko-komunikacijske tehnologije
- informiranje kupaca o programu vjernosti i provesti postupak pristupanja
- komunikaciju s različitim skupinama kupaca
- način prezentacije proizvoda za degustaciju/demonstraciju
- postupke pravilnog zbrinjavanja otpada

5. MODEL ZADATKA

5.1. OPĆE SMJERNICE

Cjeline 3 i 4 usmjeravaju razvoj modela zadatka, a ove su bilješke dodatak. Bilo da je riječ o jednoj cjelini ili seriji samostojećih ili povezanih modula, model zadatka omogućit će vrednovanje vještine prema svakoj cjelini specifikacije standarda.

Svrha modela zadatka je omogućiti cjelovite i uravnotežene mogućnosti vrednovanja i bodovanja svih specifikacija standarda povezanih s pravilima bodovanja. Odnos između modela zadatka, pravila bodovanja i specifikacije standarda je ključan pokazatelj kvalitete.

Model zadatka neće pokrivati područja izvan specifikacije standarda ili utjecati na ravnotežu unutar specifikacije standarda.

Model zadatka omogućit će vrednovanje znanja i razumijevanja isključivo za njihovu primjenu u praktičnom radu. Model zadatka neće vrednovati poznavanje Pravila i procedura za organizaciju i provedbu hrvatskog modela natjecanja učenika strukovnih škola.

Tehnički opis će omogućiti prepoznavanje problema koji utječu na kapacitet modela zadatka na način da obuhvati čitav raspon vrednovanja koji se odnosi na specifikaciju standarda, a koji je podložan potrebnim promjenama.

5.2. FORMAT/STRUKTURA MODELA ZADATKA

Model zadatka discipline Prodajne vještine sastoji se od sljedećih modula:

REDNI BROJ MODULA	NAZIV MODULA	TRAJANJE MODULA* (u minutama)
1.	Poslovna dokumentacija prodavaonice	160
2.	Cijene u maloprodaji	40
3.	Poticanje prodaje usmjereno na prodajni prostor	240
4.	Prodajni razgovor	270
5.	Komunikacija u prodavaonici	200
UKUPNO:		910

*navedeno vrijeme uključuje i kratke upute/pripremu

5.3. RAZVOJ MODELA ZADATKA

5.3.1. TKO RAZVIJA MODEL ZADATKA

Model zadatka izrađuje radna skupina stručnjaka imenovana od strane Agencije za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih za svaku pojedinu disciplinu. U timu mogu biti zastupljeni i predstavnici gospodarstva.

Radna skupina razvija model zadatka te dva dodatna modula od kojih svaki čini 30% modela zadatka.

5.3.2. RASPORED RAZVOJA MODELA ZADATKA

Model zadatka razvija radna skupina. Na natjecanju model zadatka se analizira te članovi prosudbenog povjerenstva daju preporuke za doradu i unapređenje zadatka. Radna skupina za sljedeće natjecanje, uzevši u obzir preporuke prosudbenog povjerenstva, izrađuje novu ili dorađenu verziju modela zadatka.

5.4. ODABIR ZADATKA ZA NATJECANJE

Prosudbeno povjerenstvo za svaku disciplinu odabire konačni zadatak za natjecanje. Odabir se vrši jedan dan prije natjecanja na način da se odabire jedan od modula od kojih svaki čini 30% zadatka, a koji je razvila radna skupina.

5.5. OBJAVLJIVANJE MODELA ZADATKA I PRAVILA BODOVANJA

Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih osigurava dostupnost Modela zadatka i pravila bodovanja putem informacijskog sustava natjecanja.

6. INFORMACIJE I KOMUNIKACIJA

6.1. RASPRAVNI FORUM

Prije državnog natjecanja sve rasprave, komunikacija, suradnja i donošenje odluka vezanih uz natjecanje u vještinama moraju se odvijati na određenom raspravnom forumu do kojeg se može doći putem informacijskog sustava natjecanja koji razvija i vodi Agencija za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih.

Odluke i komunikacija vezane uz natjecateljsku vještinu valjane su samo ako su se odvijale na forumu. Moderator foruma bit će glavni stručnjak ili stručnjak kojega nominira glavni stručnjak.

6.2. INFORMACIJE ZA NATJECATELJE

Sve informacije za škole i natjecatelje dostupne su putem internetske stranice Agencije za strukovno obrazovanje i obrazovanje odraslih.

Informacije uključuju:

- pravila natjecanja
- tehničke opise
- pravila bodovanja
- model zadatka
- infrastrukturne popise
- dokumentaciju vezanu uz zdravlje i sigurnost
- druge informacije vezane uz natjecatelje

7. ZDRAVLJE, SIGURNOST I OKOLIŠ

U prodavaonici izvori rizika su sljedeći: sredstva za rad i radna okolina, radnik, organizacija rada, sirovine, repromaterijali i gotovi proizvodi. Najčešće opasnosti predstavljaju mehaničke opasnosti (padovi, udarci, pokliznuća i slično), zatim podizanje i prenošenje robe, rušenje složene robe, rukovanje materijalima kao što su noževi, hvataljke, škare te nepovoljni klimatski uvjeti.

Postupci ili mjere zaštite na radu na radu u prodavaonici odnose se na sljedeće najčešće nezgode pri radu:

1. Otvaranje i skidanje ambalaže (svi moduli)

- Osigurati zaštitu od mehaničkih opasnosti (nož, rezanje, rastavljanje kartonske ambalaže, hvataljke u prodavaonici).

2. Prenosnje i odlaganje robe na određena mjesta u prodajnom i skladišnom prostoru (svi moduli)

- Radnici trebaju primijeniti pravilnu tehniku rukovanja teretom kako ne bi došlo do brzog zamora i ozljeda na kralježnici i zglobovima.
- Pri podizanju tereta potrebno je zauzeti siguran položaj nogu postavljenih u raskorak s razmakom stopala od približno 20 – 30 cm.
- Potrebno je saviti koljena pri čučnju, zahvatiti rukama predmet i početi ga podizati snagom nogu. Predmet se cijelo vrijeme drži uz tijelo.

3. Slaganje i sortiranje robe (modul 3)

- Predmeti i roba moraju biti uredno složeni na policama u vitrini, na podu ili u skladištu.
- Potrebno je pokloniti pažnju odlaganju, sortiranju i slaganju robe kako bi se izbjegle moguće štete. Pri slaganju, sortiranju i rukovanju robom potrebno je poštivati upute proizvođača.
- Zapaljivi materijali mogu se držati u minimalnim količinama.
- Teret složen ručnim načinom ne smije biti viši od 1,5 metara kako bi se spriječile eventualne ozljede. Robu treba slagati vezivanjem.
- Police i regali za robu moraju biti potpuno ispravni, neoštećeni i dobro učvršćeni te izrađeni tako da mogu izdržati teret.

4. Površine za kretanje (svi moduli)

- Pri kretanju radnim površinama prisutna je opasnost od posrtanja i padova, stoga radne površine kojima se kreće osoblje moraju biti čiste, ravne i glatke.
- Prolazi kojima se kreću kupci i prodavači moraju biti određene širine da se omogući sigurno i nesmetano kretanje. Širina između polica s robom i prodajnih stolova trebala bi biti najmanje 75 cm, a širina prolaza kojima se kreću kupci najmanje 65 cm.

- Staklo izloga i prodajnih ormara ne smije biti razbijeno zbog mogućih posjekotina i za kupce i za prodajno osoblje.

5. Pribor pri posluživanju (modul 3, 4, 5)

- Pribor (olovke, skalpeli, metar, škare) predstavlja stalnu opasnost od uboda i posjekotina, a naročito ako se nosi nezaštićen u džepovima jer može doći do ozljeda pri sagibanju ili posrtanju.

6. Uređaji pri posluživanju (svi moduli)

- Moguće su nezgode uslijed slučajnog dodira oštećenih dijelova pod naponom (priključnice, utikači, sklopke, blagajne, vitrine).
- Opasnost od udara električne struje sprečava se tehničkim mjerama zaštite, primjerice rukovanjem i zaštitnim izoliranjem. Priklučci na koje su priključeni strojevi moraju imati šuko-priključnice.
- Električne instalacije mogu biti jedan od izvora požara pa trebaju biti propisno postavljene.

7. Pakiranje robe (svi moduli)

- Savjesno pakiranje robe kupcu važno je kako bi je mogao sigurno nositi. U protivnom može doći do oštećenja robe i nezadovoljstva potrošača.

8. Zapaljivi predmeti (svi moduli)

- Posebnu pozornost treba posvetiti uređenju prostora. Dekorativni elementi prodajnog prostora izrađeni od zapaljivog materijala mogu pridonijeti naglom širenju požara.
- Podovi i podloge prostorija moraju biti izrađene od nezapaljivog materijala otpornog na djelovanje zapaljivih tekućina.

9. Zaštita u radnom prostoru i radnoj okolini i zaštita od štetnih atmosferskih i klimatskih utjecaja (svi moduli)

- Pravilno instalirati toplinske uređaje i klimatizaciju i poštivati propise i norme koje se odnose na vodovod, odstranjivanje štetnih otpadaka, veličinu, visinu prostorije, buku i vibracije.
- Organizirati radno vrijeme i korištenje odmora.
- Navesti upute o radnim postupcima i načinu obavljanja poslova, posebno glede trajanja posla, obavljanja jednoličnog rada i rada po učinku u određenom vremenu (normirani rad) te izloženosti radnika drugim naporima na radu ili u vezi s radom.

10. Znakovi sigurnosti na radu (svi moduli)

- Na mjestima rada potrebno je postaviti odgovarajuće znakove sigurnosti i znakove opće obavijesti koji upozoravaju na opasnost, pokazati mjesta gdje se nalaze sredstva prve pomoći i gašenja požara.

11. Evakuacija i spašavanje na radu (svi moduli)

- Potrebno je omogućiti organizirano napuštanje mjesta rada.

12. Prva pomoć na radu (svi moduli)

- Potrebno je koristiti ormarić za prvu pomoć i otkloniti uzrok nastanka štete.

13. Ručni aparati za gašenje požara (svi moduli)

- U slučaju požara aparatom treba rukovati osoba osposobljena za zaštitu od požara.

14. Zaštita okoliša (svi moduli)

- Postupati sukladno Pravilniku o postupanju s ambalažnim otpadom.
- Osigurati mjesto za spremnik otpadne ambalaže.
- Obavještavati potrošača o ispravnom odlaganju ambalaže.
- Koristiti međunarodnu oznaku koja ukazuje na to da se ambalaža može reciklirati.
- Razvrstavati plastičnu i ostalu ambalažu.

Zaposlenik u prodavaonici treba poznavati propise o poslovanju prodavaonice i zaštitu ljudskog zdravlja i okoliša. Prodavači u prodavaonicama prehrambenih proizvoda su obvezni polagati tečaj o higijenskom minimumu, za pružanje prve pomoći, zaštite od požara, zaštite na radu, sigurnosno rukovanje opremom.

8. MATERIJALI I OPREMA

8.1. INFRASTRUKTURNI POPIS

Infrastrukturni popis detaljno navodi svu opremu, materijale i prostore koje osigurava škola domaćin državnog natjecanja. Dostupnost infrastrukturnog popisa osigurava Agencija na internetskoj stranici.

Infrastrukturni popis specificira predmete i količine koje predlaže radna skupina za izradu tehničkog opisa discipline i modela zadatka.

Škola domaćin natjecanja ažurirat će infrastrukturni popis specificirajući stvarne količine, tipove, brendove i modele predmeta s popisa. Predmete koje nabavlja organizator natjecanja nalaze se u zasebnom stupcu.

Na svakom natjecanju prosudbeno povjerenstvo mora revidirati i ažurirati infrastrukturni popis u pripremi za sljedeće natjecanje te savjetovati o potrebi promjene koja se odnosi na veličinu prostora i/ili opremu.

Infrastrukturni popis ne uključuje predmete koje su natjecatelji i/ili mentori dužni donijeti te predmete koje natjecatelji ne smiju donijeti, a navedeni su u ovom tehničkom opisu natjecateljske discipline.

Redni broj	Količina	Oprema/Pribor	Opis
1.	20	radni stol	8 za natjecatelje, 5 za Državno povjerenstvo, 4 za Organizacijsko povjerenstvo, 3 za printere
2.	28	stolica	8 za natjecatelje, 10 za Državno povjerenstvo, 10 za Organizacijsko povjerenstvo
3.	10	laptop s internetskom vezom	8 za natjecatelje, 2 za Državno povjerenstvo
4.	3	printer u boji	za ispisivanje rješenja zadatka i izrađene dokumente 2 za natjecatelje, 1 za Državno povjerenstvo
5.	8	dodatna zaštitna odjeća za natjecatelja	za svakog natjecatelja

6.	8	pribor za čišćenje	za svaki radni prostor
7.	18	set koševa za recikliranje otpada (plastika, papir, miješani otpad)	8 za natjecatelje, 5 za Državno povjerenstvo, 5 za Organizacijsko povjerenstvo
8.	8	staklena vitrina s rasvjetom (izlog)	za svakog natjecatelja
9.	8	radni pult	za svakog natjecatelja
10.	8	visoka vitrina s pet polica (regal za izlaganje) sa zatvorenom pozadinom	za svakog natjecatelja
11.	8	Pano 95*250 cm	za svakog natjecatelja
12.	8	podpultna blagajna	za svakog natjecatelja
13.	8	novčanice i kovanice (SPECIMEN uzorak novca Hrvatske narodne banke u bilježnici pripremljen za korištenje)	za svakog natjecatelja
14.	8	pribor za rukovanje proizvodima	za svakog natjecatelja
15.	50	pribor za zamatanje i aranžiranje proizvoda	za svakog natjecatelja
16.	50	materijal za aranžiranje	za svakog natjecatelja
17.	50	materijal za pakiranje proizvoda	za svakog natjecatelja
18.	8	potrošni uredski materijal (kemijska olovka, papir A4, spjalice, kuverta)	za svakog natjecatelja
19.	8	bušilica papira	za svakog natjecatelja
20.	8	klamerica	za svakog natjecatelja
21.	10	ljepljiva traka na stalku	za svakog natjecatelja, 2 za Državno povjerenstvo

22.	8	roba za izlaganje	za svakog natjecatelja
23.	1	Uvezana knjiga računa obveznika koji su u sustavu PDV-a	za disciplinu
24.	8	pečat tvrtke	za svakog natjecatelja
25.	50	celofanske vrećice 200 g	za svakog natjecatelja
26.	10	poklon vrećice	za svakog natjecatelja
27.	8	košarice	za svakog natjecatelja
28.	1	kutija za prvu pomoć	za disciplinu
29.	4	plastifikator	za disciplinu
30.	2	paketi folija za plastifikaciju	za disciplinu
31.	8	bar kod čitač - skener	za svakog natjecatelja
32.	8	rola za ispisivanje računa	za svakog natjecatelja
33.	8	pisač računa	za svakog natjecatelja
34.	8	računalni program - modul maloprodaja	za svakog natjecatelja
35.	10	kalkulator	8 za natjecatelje, 2 za Državno povjerenstvo
36.	pristup Internetu za svako radno mjesto		

8.2. MATERIJALI, OPREMA I ALATI KOJE DONOSI NATJECATELJ/MENTOR

Natjecatelji i mentori ne donose materijal, opremu ili alate na natjecanje. Svaki natjecatelj treba biti odjeven prema pravilima odijevanja što uključuje: bijelu košulju dugih rukava, crne hlače, tamne čarape i crne cipele/tenisice (osigurava natjecatelj).

Mentori natjecatelja koji su se plasirali na državnu razinu natjecanja u disciplini Prodajne vještine obvezni su dostaviti dvije (2) teme uređenja prodavaonice. Mentori dostavljaju obje teme u pisanom obliku, najkasnije do 2. ožujka 2026. godine, na e-mail adresu: prodajne.vjestine.wsc@gmail.com.

Prosudbeno povjerenstvo odabrat će osam (8) tema koje će se koristiti na natjecanju. Teme za uređenje prodavaonice bit će objavljene na mrežnim stranicama natjecanja (disciplina

Prodajne vještine) tijekom ožujka 2026. godine. Natjecatelji će slučajnim odabirom izabrati jednu od ponuđenih tema neposredno prije provedbe modula.

8.3. ZABRANJENI MATERIJALI I OPREMA

Smiju se upotrebljavati samo materijali koje je pribavio organizator i/ili koje je donio natjecatelj/mentor prema gore navedenom popisu materijala, opreme i alata koji se koriste za izvođenje modula natjecateljske discipline.

8.4. PREPORUČENO RADNO MJESTO ZA NATJECANJE

OPĆI POSTAV I SPECIFIKACIJE

- Natjecatelji će biti raspoređeni po radnim jedinicama
- Postava rekvizita simulira doživljaj prodavaonice
- Natjecateljski prostor opskrbljen je svim potrebnim rekvizitima potrebnim za obavljanje maloprodajne trgovačke djelatnosti

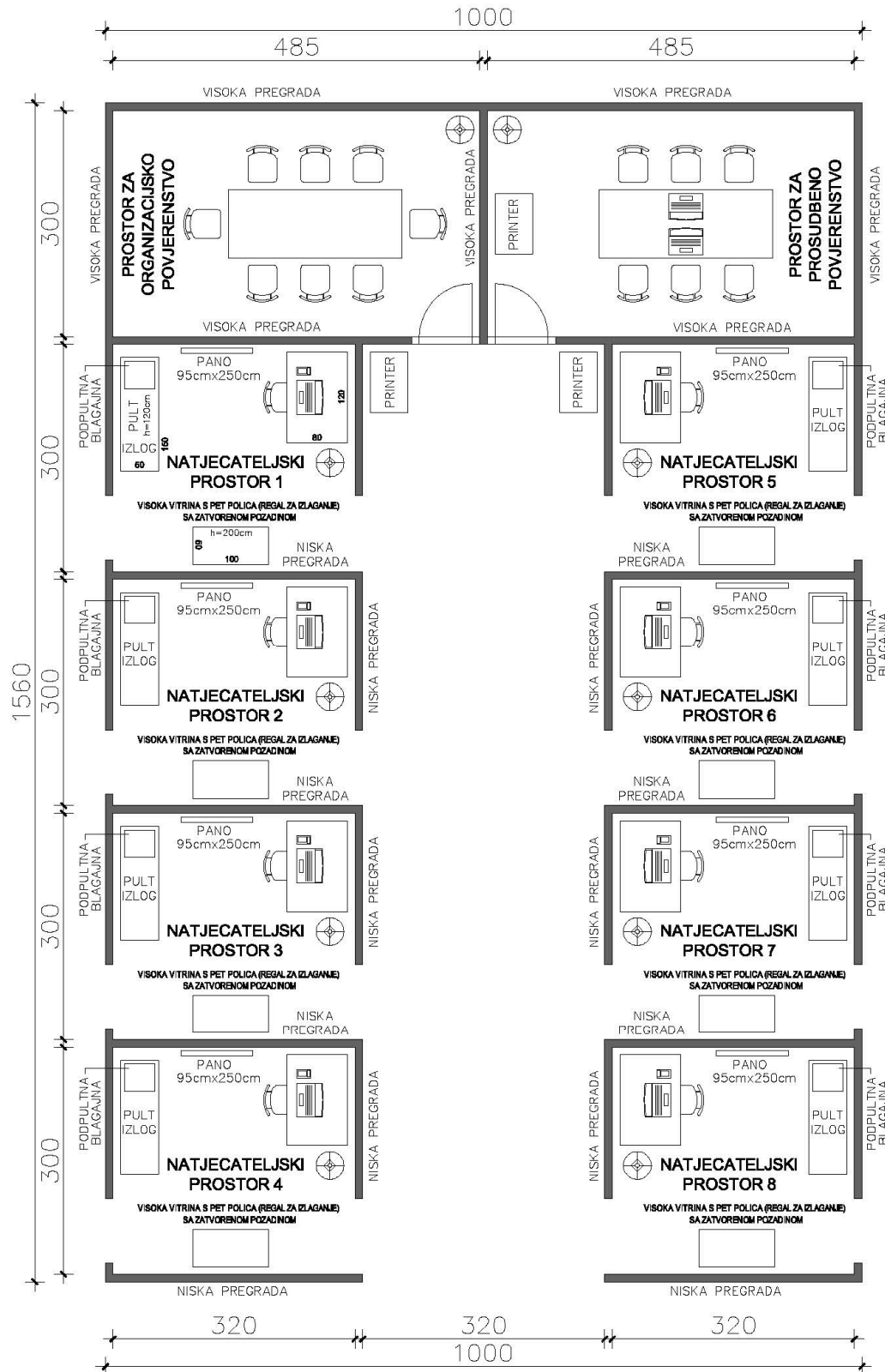
Ukupna površina za natjecanje iznosi 187 m² (12 m x 15,60 m)

- radni prostor za natjecatelje: 155 m²
- prostor za prosudbeno i organizacijsko povjerenstvo: 32 m²

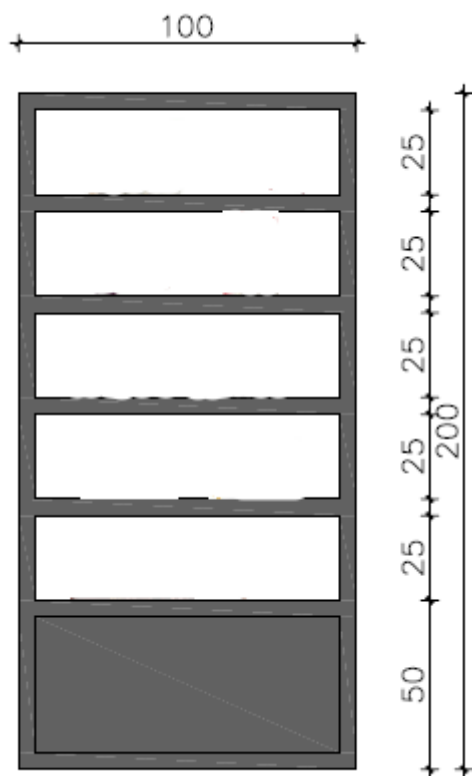
TLOCRT PREPORUČENOG POSTAVA PROSTORIJE

Napomena: dimenzije opreme u prodajnom prostoru (regal s 5 polica sa zatvorenom pozadinom, pult, izlog, radni stol) približne su vrijednosti.

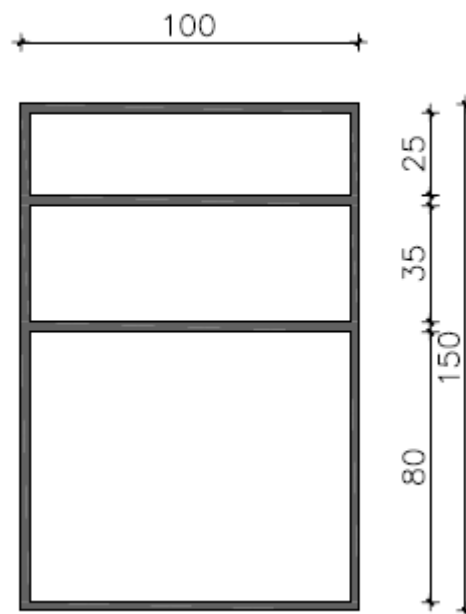
SLIKA PREPORUČENOG POSTAVA PROSTORIJE



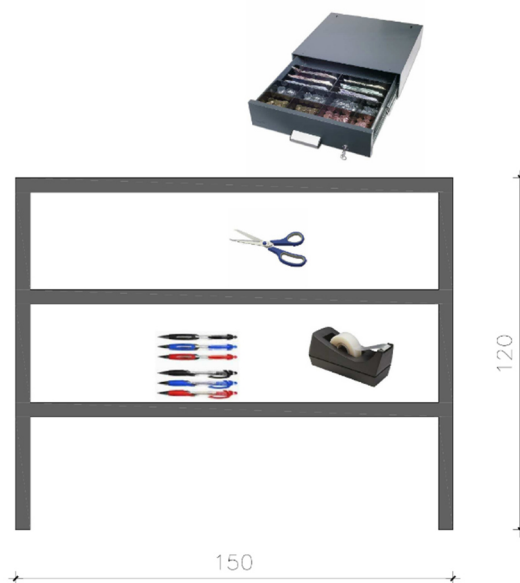
VISOKA VITRINA S PET POLICA SA ZATVORENOM POZADINOM



IZLOG OD STAKLA



PULT



9. PROMIDŽBA I VIDLJIVOST NATJECANJA

- Popularizacija prodajnih vještina

Povijesno vrlo cijenjeno zanimanje u okvirima današnjeg poslovanja svelo se na brz obrtaj robe bez posebnog angažmana i znanja prodavača o proizvodima. Ovakvim aktivnostima prodajne vještine ophođenja, promocije, odnosno prezentacije proizvoda postaju atraktivne i zanimljive te u konačnici donose rast prihoda trgovca i rast zadovoljstva kupca.

Preporuka organizatoru natjecanja jest da na panou ispred natjecateljskog prostora bude naveden sadržaj svih modula s terminskim planom događanja po danima kao obavijest posjetiteljima, a volontere bi trebalo educirati za komunikaciju s učenicima završnih razreda osnovnih škola i njihovim roditeljima tijekom organiziranog razgledavanja natjecateljskog prostora.

- Podizanje svijesti o spektru znanja i umijeća potrebnih trgovcima

U uvjetima kratkog životnog vijeka gotovo svih proizvoda na tržištu teško je zapamtiti sve njihove karakteristike. Također, osim kratkog životnog vijeka proizvoda, na tržištu je prisutan velik broj proizvoda istih ili sličnih karakteristika. Upravo poznavanjem tih sitnih razlika trgovac se približava kupcu usmjeravajući ga i pomažući mu pri donošenju odluke o kupnji.

Suvremeni način podizanja svijesti o događajima u životu uključuje društvene mreže. Aktivnosti prezentiranja vještina prodavača osim izravnom promidžbom od usta do usta na samom natjecanju, trebale bi biti vidljive i na društvenim mrežama.

- Međusobna razmjena znanja i iskustva

Okruženje, učenje od boljih, postavljanje viših ciljeva sa željom za napretkom i u konačnici u ovom slučaju, što bolji plasman na natjecanju, donijet će nova iskustva mentorima, organizatorima i natjecateljima. Sva ta stečena iskustva bit će od iznimno velike koristi pri zapošljavanju, ali i pri odnosu s kupcima i kolegama, na različitim razinama u organizacijskoj strukturi trgovine.

Preporuka organizatoru natjecanja jest da nakon natjecateljskog dijela događanja omogući posjetiteljima da iskušaju svoje vještine u pojedinim modulima, primjerice kroz prezentaciju proizvoda i prodajni razgovor.

- Mogućnosti zapošljavanja

Svake godine potražnja za obrazovanim kadrom raste pa se često zapošljavaju osobe koje za to nisu obrazovane odnosno kvalificirane za rad u prodavaonici. Ovakvim aktivnostima, uz podizanje interesa novih generacija za ovim zanimanjem, proširuje se

krug osoba koje će se obrazovati za prodavača, u tom zanimanju ostati i dalje se usavršavati i educirati.

Preporuka organizatoru natjecanja jest osigurati prostor zainteresiranim poslodavcima iz sektora trgovine kako bi posjetitelje upoznali sa svojim aktivnostima i mogućnostima zapošljavanja.

- Izvještavanja javnosti o natjecanju putem društvenih mreža

Društvene mreže danas su jedan od najzastupljenijih kanala komunikacije, posebno kod mladih. Njima se podiže atraktivnost natjecanju, ono postaje vidljivije i dostupnije javnostima, a brzina širenja informacije neformalnim kanalom komunikacije izuzetno je velika.

Ako organizator natjecanja od videozapisa s natjecanja napravi promotivni film za disciplinu Prodajne vještine, putem društvenih mreža taj promotivni video može samu disciplinu i natjecanje u cjelini približiti natjecateljima, posjetiteljima i ostalim dionicima, osobito mlađoj populaciji kao ciljanoj skupini - budućim prodavačima.

Preporučena sredstva i oprema za promidžbu:

- LCD ekran/televizor/projektor s platnom za prikaz rada natjecatelja
- pano za prikaz događanja po danima
- glazba koja će stvoriti ugođaj za kupnju
- Isprobaj vještinu! - za učenike i ostale posjetitelje natjecanja - nagradna igra u brzini pakiranja proizvoda. Posjetitelji će sudjelovati u nagradnom kvizu Ocijeni najbolje uređeni prodajni prostor, Odigraj Kolo sreće i osvoji novčani iznos te zapakiraj proizvode u osvojenom novčanom iznosu.

10. ODRŽIVOST

- Korištenje recikliranih materijala

Briga o okolišu jedna je od najvažnijih zadaća ljudskog roda. Upravo prodavači u tome igraju izuzetno značajnu ulogu. Razvrstavanje proizvoda, pakiranje, ambalaža, otpadni proizvodi, proizvodi koji u sebi sadrže tvari opasne po život ili okolinu samo su mali segment u kojem trgovci mogu doprinijeti očuvanju okoliša. Briga o okolišu trgovcu nije nužno samo trošak, ona u današnjim uvjetima postiže upravo suprotne efekte jer svijest potrošača za očuvanjem okoliša raste.

- Korištenje rekvizita koji imaju ponovnu upotrebu

Na korištenje recikliranih materijala nadovezuje se korištenje rekvizita koji imaju ponovnu upotrebu. Paletama, kutijama za pakiranje i prijenos za koje se očekuje upotreba više puta u cijelom proizvodno-distribucijskom procesu dolazi s jedne strane do smanjenja troškova, a s druge strane do pozitivnih efekata na očuvanje okoliša.

- Korištenje prodajnih artikala koji se neće baciti nakon natjecanja

Artikli kojima će se raspolagati na natjecanju u potpunosti su nakon natjecanja upotrebivi za potrošnju, odnosno korištenje.

- Rekviziti za natjecanje dijelit će se među natjecateljima; više natjecatelja po rekvizitu

S ciljem ispunjavanja gore navedenih uvjeta, svaki natjecatelj imat će osigurane iste uvjete. Za pojedine module koristit će se isti rekviziti za sve natjecatelje i time će s ciljem smanjenja troškova natjecanja postići efekti koji su opisani u ovom tehničkom opisu natjecateljske discipline.

- Minimiziranje troškova prodajnih artikala

Natjecanjem su obuhvaćeni artikli čija je pojedinačna nabavna cijena relativno niska i koji u redovitoj prodaji imaju vrlo visok koeficijent obrtaja te su stoga dodatno zanimljivi kako gledateljima, tako i natjecateljima uz pravilno postupanje s tim artiklima, jer riječ je o prehrambenim proizvodima.

- U okviru natjecanja u ovoj vještini nastaje otpad koji je u potpunosti reciklirajući

Otpad koji nastaje ovim natjecanjem većinom je kartonski papir. Kartonski papir proizveden je od recikliranih materijala te može ponovo ići u postupak recikliranja.



world skills Croatia



Agencija za
strukovno obrazovanje
i obrazovanje odraslih



ESF+
Učinkoviti ljudski
potencijali



Sufinancira
Europska unija



PODRŠKA IZVRSNOSTI,
INOVATIVNOSTI I VIDLJIVOSTI
STRUKOVNOG OBRAZOVANJA
I OSPOSOBLJAVANJA