



سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور



جمهوری اسلامی ایران
وزارت کار و امور اجتماعی

معاونت پژوهش و برنامه ریزی
دفتر طرح و برنامه های درسی

استاندارد شغل و آموزش

بازاریاب و فروشنده حضوری (ویزیتور)

گروه شغلی مالی و بازرگانی

شماره ملی شناسایی شغل

۱۲۲۱/۶



تهیه کنندگان استاندارد شغل

ردیف	نام و نام خانوادگی	مدرک	رشته تحصیلی	سابقه ی تجربی مرتبط
۱	مجتبی کاوه	فوق لیسانس	مدیریت بازرگانی - بازاریابی	۱۲ سال (ویزیتور، فروشنده، سرپرست، مدیر و مشاور بازاریابی و فروش)
۲	سید جواد میرباقری	فوق دیپلم	هنر	۱۱ سال (مدیر عامل و مدیر بازرگانی) و فروش شرکت عرفان هنر
۳	محمد حسین شریعتی	لیسانس	آمار	۱۰ سال (رئیس فروش)
۴				
۵				

تهیه کنندگان استاندارد آموزش

ردیف	نام و نام خانوادگی	مدرک	رشته تحصیلی	سابقه ی تجربی مرتبط
۱	مجتبی کاوه	فوق لیسانس	مدیریت بازرگانی - بازاریابی	۸ سال - عضو هیئت علمی دانشگاه - مدرس و مشاور سازمان مدیریت صنعتی - مدرس مرکز آموزش بازرگانی سازمان بازرگانی
۲	سید جواد میرباقری	فوق دیپلم	هنر	۱۹ سال - آموزش و پرورش
۳	بهسان سروقد	فوق لیسانس	آمار	۴ سال - دانشگاه
۴				



نظارت بر تدوین محتوا و تصویب : دفتر طرح و برنامه های درسی

شماره ملی شناسایی شغل : ۱۳۳۱/۶

شروع اعتبار : ۸۹/۴/۱

پایان اعتبار : ۹۳/۴/۱

اعضاء کمیسیون تخصصی برنامه ریزی درسی رشته مالی بازرگانی :

حوزه های حرفه ای و تخصصی همکار برای تدوین استاندارد شغل و آموزش :

- اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان فارس

فرآیند اصلاح و بازنگری :

آدرس :

تهران - خیابان آزادی، خیابان خوش شمالی، نیش نصرت، ساختمان شماره ۲، سازمان آموزش فنی و حرفه ای کشور، شماره ۲۵۹

دورنگار ۶۶۹۴۴۱۱۷ تلفن ۶۶۵۶۹۹۰۰



تعاریف:

استاندارد شغل:

مشخصات شایستگی ها و توانمندی های مورد نیاز برای عملکرد موثر در محیط کار را گویند در بعضی از موارد استاندارد حرفه ای نیز گفته می شود. **استاندارد آموزش:** نقشه ی یادگیری برای رسیدن به شایستگی های موجود در استاندارد شغل.

نام یک شغل:

به مجموعه ای از وظایف و توانمندی های خاص که از یک شخص در سطح مورد نظر انتظار می رود اطلاق می شود.

شرح شغل:

بیانیه ای شامل مهم ترین عناصر یک شغل از قبیل جایگاه یا عنوان شغل ، کارها ارتباط شغل با مشاغل دیگر در یک حوزه شغلی ، مسئولیت ها ، شرایط کاری و استاندارد عملکرد مورد نیاز شغل.

طول دوره آموزش:

حداقل زمان و جلسات مورد نیاز برای رسیدن به اهداف یک استاندارد آموزشی .

ویژگی کارآموز ورودی:

حداقل شایستگی ها و توانایی هایی که از یک کارآموز در هنگام ورود به دوره آموزش انتظار می رود.

ارزشیابی:

فرآیند جمع آوری شواهد و قضاوت در مورد آنکه یک شایستگی بدست آمده است یا خیر ، که شامل سه بخش عملی ، کتبی عملی و اخلاق حرفه ای خواهد بود.

صلاحیت حرفه ای مربیان:

حداقل توانمندی های آموزشی و حرفه ای که از مربیان دوره آموزش استاندارد انتظار می رود.

شایستگی:

توانایی انجام کار در محیط ها و شرایط گوناگون به طور موثر و کارا برابر استاندارد.

دانش:

حداقل مجموعه ای از معلومات نظری و توانمندی های ذهنی لازم برای رسیدن به یک شایستگی یا توانایی . که می تواند شامل علوم پایه (ریاضی ، فیزیک ، شیمی ، زیست شناس) ، تکنولوژی و زبان فنی باشد.

مهارت:

حداقل هماهنگی بین ذهن و جسم برای رسیدن به یک توانمندی یا شایستگی . معمولاً به مهارت های عملی ارجاع می شود.

نگرش:

مجموعه ای از رفتارهای عاطفی که برای شایستگی در یک کار مورد نیاز است و شامل مهارت های غیر فنی و اخلاق حرفه ای می باشد.

ایمنی:

مواردی است که عدم یا انجام ندادن صحیح آن موجب بروز حوادث و خطرات در محیط کار می شود.

توجهات زیست محیطی:

ملاحظات است که در هر شغل باید رعایت و عمل شود که کمترین آسیب به محیط زیست وارد گردد.



نام شغل: بازاریاب و فروشنده حضوری (ویزیتور)

شرح شغل

ویزیتوری شغلی است از حوزه مالی و بازرگانی، این شغل وظایفی از قبیل: تجزیه و تحلیل بازار هدف، جذب و برقراری ارتباط موثر با مشتری، انجام مذاکرات فروش، بازاریابی و فروش بوسیله تلفن، نامه و اینترنت، مدیریت مشتریان شاکی، معترض و عصبانی، اجرای فرآیند کامل فروش را دارا می باشد و به ترتیب اولویتها و مدیریت شرکت یا سازمان خود در ارتباط می باشد و همچنین در بعضی موارد با ارگانها و نهادهایی مانند: بانکها، بیمه ها، شهرداریها، اداره بهداشت و درمان و سازمان بازرگانی در ارتباط است.

ویژگی های کارآموز ورودی

حداقل میزان تحصیلات: دیپلم

حداقل توانایی جسمی: سلامت کامل جسمی و روانی

مهارت های پیش نیاز این استاندارد: -

طول دوره آموزش

طول دوره آموزش	:	۱۱۴ ساعت
زمان آموزش نظری	:	۴۵ ساعت
زمان آموزش عملی	:	۶۹ ساعت
کارورزی	:	- ساعت
زمان پروژه	:	- ساعت

شیوه ارزشیابی

آزمون عملی ۶۵٪

آزمون نظری ۲۵٪

اخلاق حرفه ای ۱۰٪

صلاحیت های حرفه ای مربیان

حداقل داشتن لیسانس در یکی از رشته های مدیریت بازرگانی یا اقتصاد بازرگانی با ۳ سال سابقه کار مفید در زمینه های بازاریابی و

فروش



استاندارد شغل

▪ شایستگی های شغلی

ردیف	توانایی ها
۱	توانایی تجزیه و تحلیل بازارهدف

توانایی جذب و برقراری ارتباط مؤثر با مشتری	۲
توانایی انجام مذاکرات فروش	۳
توانایی بازاریابی و فروش بوسیله تلفن، نامه و اینترنت	۴
توانایی مدیریت مشتریان شاکی، معترض و عصبانی	۵
توانایی اجرای فرآیند کامل فروش به ترتیب اولویتها	۶



استاندارد آموزش

- برگه ی تحلیل آموزشی

	زمان آموزش			عنوان توانایی:
	جمع	عملی	نظری	

	۱۴	۸	۶	۱- توانایی تجزیه و تحلیل بازار
تجهیزات ، ابزار ، مواد مصرفی و منابع آموزشی				دانش ، مهارت ، نگرش ، ایمنی توجهات زیست محیطی مرتبط
وایت برد میز و صندلی مربی میز و صندلی کارآموزان سیستم سمعی بصری ویدئو پروژکتور رایانه			۱ ۱ ۱ ۱ ۱	دانش: - اصول مقدماتی بازاریابی و مدیریت بازار - شناسایی بازار هدف - روشها و ضابطه های تقسیم بندی بازار - آمیخته بازاریابی کالا (۴P) - آمیخته بازاریابی خدمات (۷P) - روشهای تحقیقات بازار و کاربرد آنها
فیلم های آموزشی نرم افزارهای مرتبط		۲ ۲ ۲		مهارت: - ارزیابی وضعیت موجود بازار (رقبا و مشتریان) - بکارگیری فنون تقسیم بندی بازار متناسب با نیاز و شرایط شرکت - بکارگیری مناسب ابزار تحقیقات بازار
				نگرش: - عدم سوء گیری مغرضانه نسبت به کالا ها و خدمات رقا - عدم تعصب کورکورانه نسبت به کالا و خدمات خود
				ایمنی: -
				توجهات زیست محیطی: -



استاندارد آموزش

- برگه ی تحلیل آموزش



استاندارد آموزش
- برگه ی تحلیل آموزشی

عنوان توانایی: عنوان توانایی:	زمان آموزش		
	نظری	عملی	جمع
۳- توانایی انجام مذاکرات فروش ۲- توانایی جذب و برقراری ارتباط مؤثر با مشتری	۸	۱۴	۲۲
	۹	۱۲	۲۱
دانشنش مهارت نگرش ایملینی توجهات زیست محیطی مرتبط			
تجهیزات ، ابزار ، مواد مصرفی و منابع آموزشی			
دانش دانش: - مهارت های فروش و مذاکره هر شرکت یا سازمان - انواع روش های مذاکره در محیط کسب و کار - مراحل گوناگونی تفویض بندی و شناخت صحیح انواع مشتری بمنظور برقراری ۱- آلا تخطی بهی می مذاکره ۲- هدایت عملی روان شناختی تصمیم گیری در خرید توسط مشتری ۳- ختم مؤثرهای جذب مشتری - مبتنی بر ویژگی های دیگره فزونی پناه چرخه ای - ویژگی های اینگز مذاکره توسط مشتری - دید موانع و عواملی که می تواند در برقراری ارتباط با مشتری - روش های و مقایسه بین روش های برقراری ارتباط با مشتری	۰/۵ ۰/۵ ۰/۳۵ ۰/۵ ۰/۵ ۰/۵ ۰/۵ ۰/۵ ۰/۵ ۰/۵		
مهارت: اصول و مراحل برقراری ارتباط مؤثر با مشتری - مشخص کردن ارتباط کاملی کننده مناسب با شرایط مذاکره - انجام مذاکرات مؤثر و قوی مداری - تجزیه و تحلیل شرایط و موفقیت طرف مقابل مذاکره	۱ ۵ ۵ ۴	۱ ۱ ۱	
نگرش مهارت: - تجزیه و تحلیل نوع مشتری با توجه به روحیات و نیازهای مادی و دقت در بکارگیری صحیح اصول مذاکره معنوی ایشان - رعایت اخلاق و نگرش های مناسب و از تمسک به منافع طرفین - برقراری ارتباط با هر گروه از مشتریان	۴ ۴ ۴		
ایملینی: - داشتن اخلاق حرفه ای توجهات زیست محیطی: اصول صحیح مشتری مداری			
ایملینی: توجهات زیست محیطی:			



	زمان آموزش			عنوان توانایی: ۴-توانایی بازاریابی و فروش بوسیله تلفن،نامه و اینترنت و سایر ابزارها
	جمع	عملی	نظری	
	۱۱	۷	۴	
تجهیزات ، ابزار ، مواد مصرفی و منابع آموزشی	دانش ، مهارت ، نگرش ، ایمنی توجهات زیست محیطی مرتبط			
وایت برد میز و صندلی مربی میز و صندلی کارآموزان			۱/۵ ۱/۵ ۱	دانش: - تکنیکهای بازاریابی تلفنی - اصول بازاریابی بوسیله نامه - روشها و فنون بازاریابی و فروش اینترنتی
سیستم سمعی بصری ویدئو پروژکتور رایانه		۳/۵ ۳/۵		مهارت: - کاربرد صحیح تکنیکهای بازاریابی تلفنی،نامه و اینترنت - برقراری صحیح و مؤثر ارتباط بوسیله تلفن،نامه و اینترنت
فیلم های آموزشی نرم افزارهای مرتبط				نگرش: - دقت در بکارگیری روشهای اخلاقی بازاریابی تلفنی،نامه و اینترنت - اعتقاد به استفاده صحیح از تلفن،نامه و اینترنت به عنوان یک ابزار قدرتمند در بازاریابی و فروش
				ایمنی: - -
				توجهات زیست محیطی: - -



	زمان آموزش			عنوان توانایی:
	جمع	عملی	نظری	
	۲۶	۱۴	۱۲	
تجهیزات ، ابزار ، مواد مصرفی و منابع آموزشی	دانش ، مهارت ، نگرش ، ایمنی توجهات زیست محیطی مرتبط			
وایت برد میز و صندلی مربی میز و صندلی کارآموزان سیستم سمعی بصری ویدئو پروژکتور رایانه فیلم های آموزشی نرم افزارهای مرتبط			۲ ۲ ۲ ۲ ۱ ۱	دانش: - انواع ایرادات و اعتراضات منطقی و احساسی مشتری - انواع اعتراضات همراه کننده - فنون پاسخگویی به هر کدام از انواع اعتراضات - قواعد طلایی مدیریت اعتراض به مشتری - روشهای پاسخگویی به اعتراضات ناشی از قیمت - چگونگی طبقه بندی انواع مشتریان عصبانی - روشهای برخورد صحیح با هر گروه از مشتریان عصبانی
			۵ ۵ ۴	مهارت : - درک صحیح ریشه انواع رفتارهای معترضان - تجزیه و تحلیل رفتار مشتریان شاکی و عصبانی - بکارگیری روشها و تکنیکهای صحیح برخورد با مشتریان عصبانی
				نگرش: - اعتقاد به جایگاه والای مشتری - دقت در حقوق مشتری - اعتقاد به شعار همیشه حق با مشتری است
				ایمنی: -
				توجهات زیست محیطی: -



استاندارد آموزش

- برگه ی تحلیل آموزشی

	زمان آموزش			عنوان توانایی: ۶- توانایی اجرای فرآیند کامل فروش به ترتیب اولویتها
	جمع	عملی	نظری	
	۲۰	۱۴	۶	
تجهیزات ، ابزار ، مواد مصرفی و منابع آموزشی	دانش ، مهارت ، نگرش ، ایمنی توجهات زیست محیطی مرتبط			
وایت برد میز و صندلی مربی میز و صندلی کارآموزان سیستم سمعی بصری ویدئو پروژکتور رایانه فیلم های آموزشی			۱ ۱ ۱ ۱ ۰/۵ ۰/۵	دانش: - گامهای هفت گانه فروش گام اول: مشتری یابی و تعیین مشتریان واجد شرایط گام دوم: پیش تماس گام سوم: تماس گام چهارم: ارائه و نمایش گام پنجم: بررسی ایرادات و انتقادات گام ششم: فروش گام هفتم: پیگیری و مراقبت
نرم افزارهای مرتبط		۷ ۷		مهارت: - بکارگیری گامهای هفت گانه فروش - طراحی و برنامه ریزی فرآیند فروش
				نگرش: - اعتقاد به صداقت و اصل خدمت به مشتری - اعتقاد به اینکه فروش یک فرآیند است. - دقت در برنامه ریزی
				ایمنی: -
				توجهات زیست محیطی: -



– برگه استاندارد تجهیزات ، مواد ، ابزار

ردیف	مشخصات فنی	تعداد	شماره
۱	میز و صندلی مخصوص مربی	۱	
۲	صندلی مخصوص کارآموزان	۱۵	
۳	میز مخصوص کارآموزان	۱۵	
۴	تخته وایت برد	۱	
۵	ماژیک مخصوص وایت برد	۳	
۶	تخته پاک کن مخصوص وایت برد	۱	
۷	ویدئو پروژکتور	۱	
۸	فیلم یا سی دی آموزشی	بسته به نیاز	
۹	کاغذ A4	بسته به نیاز	
۱۰	رایانه	۱	
۱۱	نرم افزار مرتبط	۱	

توجه:

- تجهیزات برای یک کارگاه به ظرفیت ۱۵ نفر در نظر گرفته شود.
- ابزار به ازاء هر سه نفر محاسبه شود.
- مواد به ازاء یک نفر کارآموز محاسبه شود.



شرح

- ۱- کاتلر، فیلیپ(۱۳۸۲)؛مدیریت بازاریابی؛ترجمه بهمن فروزنده، تهران: نشر آتروپات
- ۲- چیت وود، ری ای(۱۳۸۴)؛فروش حرفه ای؛ ترجمه محمد ابراهیم گوهریان، شهلا یوسفی، تهران: امیرکبیر
- ۳- باترا، پرومود(۱۳۸۵)؛ فروش، حرفه ای ارزشمند است؛ ترجمه مامک بهادر زاده، تهران: آوین
- ۴- باترا، پرومود(۱۳۸۵)؛ وقتی مشتری مشکل دارد؛ ترجمه مامک بهادر زاده، تهران: آوین
- ۵- هیلر، دیوید(۱۳۸۱)؛ اصول و فنون موفقیت در فروش؛ترجمه اکبر شاه کرمی ،فرامرز شاه محمدی و علی عیاری، تهران: سازمان مدیریت صنعتی
- ۶- بیس ، آلن و باربارا(۱۳۸۶)؛ چگونه با زبان بدن حرف می زنیم؛ ترجمه آذر محمودی ، محسن جده دوستان، تهران: اشاره
- ۷- موا ، علی(۱۳۸۴)؛ بازاریابی اثر بخش؛ ترجمه محمد منتظری، تهران: سارگل
- ۸- هیندل، تیم(۱۳۸۳)؛ فنون مذاکره؛ ترجمه شفیع الهی، تهران: سارگل
- ۹- تریسی ، برایان (۱۳۸۶)؛ روانشناسی فروش؛ ترجمه مهدی قراچه داغی، تهران: آسیم