



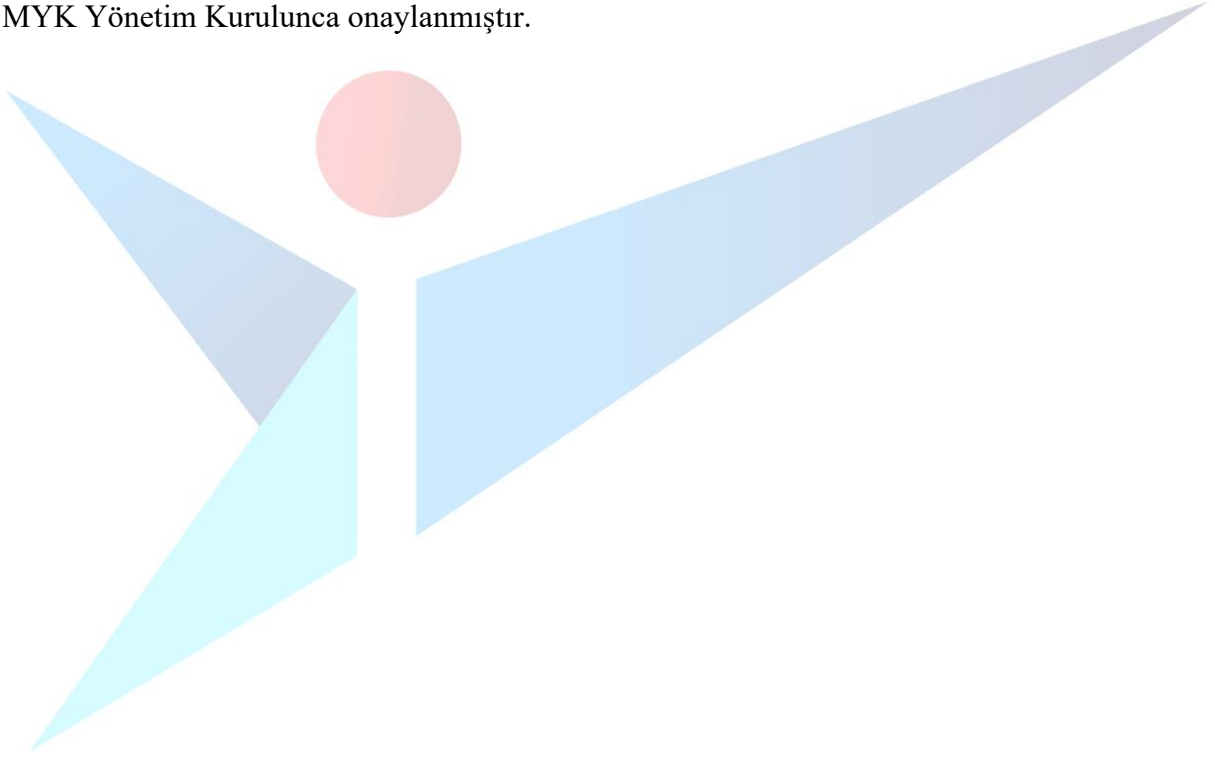
TANITIM SORUMLUSU
SEVİYE 4

REVİZYON NO: 00

REFERANS KODU

GİRİŞ

Tanıtım Sorumlusu (Seviye 4) Ulusal Yeterliliği 19/10/2015 tarihli ve 29507 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Ulusal Meslek Standartlarının ve Ulusal Yeterliliklerin Hazırlanması Hakkında Yönetmelik ve 27/11/2007 tarihli ve 26713 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Mesleki Yeterlilik Kurumu Sektör Komitelerinin Kuruluş, Görev, Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik hükümlerine göre MYK’nın görevlendirdiği Gıda Perakendecileri Derneği (GPD) tarafından hazırlanmış, sektördeki ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak değerlendirilmiş ve MYK Ticaret Sektör Komitesi tarafından incelendikten sonra MYK Yönetim Kurulunca onaylanmıştır.



TERİMLER, SİMGELER VE KISALTMALAR

ACİL DURUM: İşyerinin tamamında veya bir kısmında meydana gelebilecek yangın, patlama, tehlikeli kimyasal maddelerden kaynaklanan yayılım, doğal afet gibi acil müdahale, mücadele, ilkyardım veya tahliye gerektiren olayları,

DAĞITIM AĞI ARACILARI: Üretimi tamamlanmış ürünlerin fiziksel dağıtımını üstlenen, ürünlerin mülkiyet ve değer değişimine yardımcı olan kişi, kurum, kuruluşlarını,

DEMO: Bir ürünü tanıtmak ya da denettirmek amacıyla yapılan sunumu,

DENETTİRMEK: Tanıtımını yapacağı ürün veya aktivite ilgili müşterinin fikir sahibi olması için denetme işini yaptırmak,

FAALİYET ALANI: Sorumluluğundaki tanıtım alanlarının sevk ve idare edilmesi ve denetlenmesi amacıyla oluşturulan tüm güzergâhı kapsar,

FİRMA: Tanıtımı yapılacak marka ve/veya ürünlerin üretimi/satışını yapan gerçek ya da tüzel kişiliği,

GÖRSEL MALZEME: Tanıtım alanında ürün hakkında bilgi veren her türlü dijital ve basılı tanıtım materyallerini,

İKAME ÜRÜN: Eşit, denk, eş değer ürünü,

ISCO: Uluslararası Standart Meslek Sınıflamasını,

İSG: İş Sağlığı ve Güvenliğini,

İŞ KAZASI: İşyerinde veya işin yürütümü nedeniyle meydana gelen, ölüme veya vücut bütünlüğünün ihlaline sebep olan olayı,

KİŞİSEL KORUYUCU DONANIM (KKD): Çalışanı, yürütülen işten kaynaklanan, sağlık ve güvenliği etkileyen bir veya birden fazla riske karşı koruyan, çalışan tarafından giyilen, takılan veya tutulan, bu amaca uygun olarak tasarımı yapılmış tüm alet, araç, gereç ve cihazları,

LANSMAN: Bir ürünün pazara girmesi amacıyla yürütülen tanıtım faaliyetlerinin bütünü,

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

MENŞEİ: Bir ürünün üretildiği yeri, kökenini, ekonomik milliyetini,

MÜŞTERİ PROFİLİ: İşletmenin müşterilerine ait detaylı bilgileri,

PAZAR: Mal ve hizmetlerin satışa sunulduğu, alıcıların ve satıcıların bir araya geldikleri, malların sahipliğinin değişiminin yapıldığı yeri,

PAZARLAMA: Müşterilerin ihtiyaç ve beklentilerini anlama ve bu çerçevede ürün/hizmetlerin sağlanması, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtımının planlanması, yürütülmesi ve kontrol edilmesi sürecini,

PROMOSYON: Bir ürünü geniş kitlelere tanıtmak ve o malın piyasaya sürümünü sağlamak amacıyla yapılan tutundurma çalışmalarını,

RAMAK KALA OLAY: İş yerinde meydana gelen, çalışan, iş yeri ya da ekipmanını zarara uğratma potansiyeli olduğu halde zarara uğratmayan olayı,

RİSK: Tehlikeli bir olayın meydana gelme olasılığı ile sonuçlarının bileşimini,

RİSK DEĞERLENDİRMESİ: İş yerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek tehlikelerin riske dönüşmesine yol açan faktörler ile tehlikelerden kaynaklanan risklerin analiz edilerek derecelendirilmesi ve kontrol tedbirlerinin kararlaştırılması amacıyla yapılması gereken çalışmaları,

TANITIM ALANI: Bir marka veya ürüne tüketicinin dikkatini çekmek, ürünü tanıtmak veya hatırlatmak amacıyla tanıtım aktivitelerinin gerçekleştirildiği fuar, mağaza, alışveriş merkezi, sokak ve aktivite alanları gibi kapalı ve açık alanları,

TANITIM STANDI: Bir ürünü sergilemek ve tanıtmak amacıyla kurulan sistemlerin her birini,

TEHLİKE: İşyerinde var olan ya da dışarıdan gelebilecek, çalışanı veya işyerini etkileyebilecek zarar veya hasar verme potansiyelini,

ÜRÜN: Bir işletme tarafından üretilen malları ve/veya sunulan hizmetleri

ifade eder.

REFERANS KODU TANITIM SORUMLUSU ULUSAL YETERLİLİĞİ

1	YETERLİLİĞİN ADI	Tanıtım Sorumlusu
2	REFERANS KODU	
3	SEVİYE	4
4	ULUSLARARASI SINIFLANDIRMADAKİ YERİ	ISCO 08: 5242 (Satış Tanıtım Elemanları)
5	TÜR	-
6	KREDİ DEĞERİ	-
7	A) YAYIN TARİHİ	
	B) REVİZYON NO	Rev. No: 00
	C) REVİZYON TARİHİ	-
8	AMAÇ	<p>Tanıtım Sorumlusu (Seviye 4) mesleğinin nitelikli kişiler tarafından yürütülmesi ve çalışmalarda kalitenin artırılması için;</p> <ul style="list-style-type: none"> Adayların sahip olması gereken nitelikleri, bilgi, beceri ve yetkinlikleri tanımlamak, Adayların, geçerli ve güvenilir bir belge ile mesleki yeterliliğini kanıtlamasına olanak vermek, <p>Eğitim sistemine, sınav ve belgelendirme kuruluşlarına referans ve kaynak oluşturmaktır.</p>
9	YETERLİLİĞE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDART(LAR)I	
		17UMS0623-4 Tanıtım Sorumlusu (Seviye 4) Ulusal Meslek Standardı
10	YETERLİLİK SINAVINA GİRİŞ ŞART(LAR)I	
		-
11	YETERLİLİĞİN YAPISI	
	11-a) Zorunlu Birimler	
		A1 İş Sağlığı ve Güvenliği, Çevre Koruma, Kalite, İş Organizasyonu ve Mesleki Gelişim A2 Tanıtım Faaliyetlerinin Yürütülmesi ve Tanıtım Sürecinin Değerlendirilmesi
	11-b) Seçmeli Birimler	
		-
	11-c) Birimlerin Gruplandırılma Alternatifleri	
		-
12	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
		<p>Tanıtım Sorumlusu (Seviye 4) Mesleki Yeterlilik Belgesini elde etmek isteyen adaylar birimlerde tanımlanan sınavlara tabi tutulur. Adayların mesleki yeterlilik belgesini alabilmeleri için birimlerde tanımlanan sınavlardan başarılı olmaları şartı vardır. Yeterlilik birimlerindeki teorik ve performans dayalı sınavlar, her bir birim için ayrı ayrı yapılabileceği gibi birlikte de yapılabilir. Ancak her birimin değerlendirmesi bağımsız yapılmalıdır.</p> <p>Yeterlilik birimlerinin geçerlilik süresi, birimin başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır. Yeterlilik birimlerinin birleştirilerek bir yeterliliğin elde edilebilmesi için tüm birimlerin geçerliliğini koruyor olması gerekmektedir.</p>

13	DEĞERLENDİRİCİ ÖLÇÜTLERİ	
	<p>Değerlendiriciler aşağıdaki koşullardan en az birini karşılamalıdır.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Yüksek Öğretim Kurumları veya mesleki eğitim kurumlarında en az 3 yıl pazarlama ve/veya satış konusunu içeren dersleri vermiş olmak. • Pazarlama ve/veya satışa ilişkin eğitim veren kurum ve kuruluşlarda en az 3 yıl eğitmen olarak çalışmış olmak. • Pazarlama ve/veya satış konuları ile ilgili en az 3 yıl eğitim deneyimine sahip olmak. • Üniversitelerin ön lisans veya lisans alanlarından mezun olup pazarlama ve/veya satış mesleğinde, 1 yılı yöneticilik olmak kaydıyla en az 3 yıl mesleki deneyime sahip olmak. • İşletmelerde en az 7 yıl pazarlama ve/veya satış yöneticiliği yapmış olmak. <p>Yukarıdaki özelliklere sahip olan ve ölçme ve değerlendirme sürecinde görev alacak değerlendiricilere; ilgili alanda yetkilendirilmiş sınav ve belgelendirme kuruluşları tarafından mesleki yeterlilik sistemi, kişinin görev alacağı ulusal yeterlilik(ler), ilgili ulusal meslek standart(lar)ı, ölçme-değerlendirme, ölçme-değerlendirmede kalite güvencesi ve İSG konularında eğitim sağlanmalıdır.</p>	
14	BELGE GEÇERLİLİK SÜRESİ	Tanıtım Sorumlusu (Seviye 4) yeterlilik belgesinin geçerlilik süresi beş (5) yıldır.
15	GÖZETİM SIKLIĞI	-
16	BELGE YENİLEMEDE UYGULANACAK ÖLÇME-DEĞERLENDİRME YÖNTEMİ	<p>5 yıllık geçerlilik süresinin sonunda belge sahibinin performansı, aşağıda tanımlanan yöntemlerden en az biri kullanılarak değerlendirmeye tabi tutulur;</p> <p>a) 5 yıl belge geçerlilik süresi içerisinde toplamda en az iki yıl veya son altı ay boyunca ilgili alanda çalıştığını gösteren kayıtları (hizmet dökümü, referans yazısı/mektubu, sözleşme, fatura, portfolyo, vb.) sunmak,</p> <p>b) Yeterlilik kapsamında yer alan yeterlilik birimleri için tanımlanan Uygulamaya (Performans) dayalı sınavlardan (P1) ve (P2) başarılı olmak.</p> <p>Bu şartlardan en az birini yerine getiren adayların belge geçerlilik süreleri 5 yıl daha uzatılır.</p>
17	MESLEKTE YATAY ve DİKEY İLERLEME YOLLARI	-
18	YETERLİLİĞİ GELİŞTİREN KURULUŞ(LAR)	Gıda Perakendecileri Derneği (GPD)
19	YETERLİLİĞİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi

**REFERANS KODU A1 İŞ SAĞLIĞI VE GÜVENLİĞİ, ÇEVRE KORUMA, KALİTE,
İŞ ORGANİZASYONU VE MESLEKİ GELİŞİM YETERLİLİK BİRİMİ**

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	İş Sağlığı ve Güvenliği, Çevre Koruma, Kalite, İş Organizasyonu ve Mesleki Gelişim
2	REFERANS KODU	/A1
3	SEVİYE	4
4	KREDİ DEĞERİ	-
5	A) YAYIN TARİHİ	
	B) REVİZYON NO	Rev. No: 00
	C) REVİZYON TARİHİ	-
6	YETERLİLİK BİRİMİNE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDARDI	
17UMS0623-4 Tanıtım Sorumlusu (Seviye 4) Ulusal Meslek Standardı		
7	ÖĞRENME KAZANIMLARI	
<u>Öğrenme Kazanımı 1: İş sağlığı ve güvenliği, acil durum ve çevre güvenliği kurallarını açıklar.</u>		
Alt Öğrenme Kazanımları:		
1.1: Faaliyet alanında uyulması gereken İSG kurallarını açıklar.		
1.2: Acil durumlarda uygulanacak adımları açıklar.		
1.3: Çevre koruma uygulamalarına dair kuralları açıklar.		
<u>Öğrenme Kazanımı 2: Kalite gerekliliklerini ve iş organizasyonunu açıklar.</u>		
Alt Öğrenme Kazanımları:		
2.1: Kalite gerekliliklerinin uygulanmasına dair yöntemleri açıklar.		
2.2: İş taleplerini alma adımlarını açıklar.		
2.3: Tanıtım faaliyetine ilişkin iş planını açıklar.		
2.4: Personel ön görüşme sürecini açıklar.		
2.5: Yürüttüğü faaliyetler ile ilgili olarak, iyileştirme önerilerini açıklar.		
<u>Öğrenme Kazanımı 3: Mesleki gelişim faaliyetlerini açıklar.</u>		
Alt Öğrenme Kazanımları:		
3.1: Bireysel mesleki gelişimine yönelik adımları açıklar.		
3.2: Tanıtım ekibinin mesleki gelişimine destek olmakla ilgili adımları açıklar.		
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		
(T1) Çoktan Seçmeli Sınav: A1 birimine yönelik teorik sınav Ek A1-2'de yer alan "Bilgiler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Adaylara en az 30 soruluk, 4 seçeneikli çoktan seçmeli ve her biri eşit puan değerinde test sınavı uygulanmalıdır. Sınavda yanlış cevaplandırılan sorulardan herhangi bir puan indirimi yapılmaz. Adaylara her soru için ortalama 1-2 dakika zaman verilir. Soruların en az % 70'ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen		

tüm bilgi ifadelerini (Ek A1-2) ölçmelidir.		
8 b) Performansa Dayalı Sınav		
-		
8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar		
Adayın söz konusu birimden başarılı sayılması için T1 sınavından başarılı olması gerekir. Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarılı olduğu tarihten itibaren 1 yıldır. Birimin elde edilebilmesi için başarılı sınav tarihleri arasındaki süre farkı bir yılı geçemez. Yeterlilik biriminin geçerlilik süresi birimin başarılı olduğu tarihten itibaren 2 yıldır.		
9	YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)	Gıda Perakendecileri Derneği (GPD)
10	YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK A1-1: Yeterlilik Biriminin Kazandırılması için Tavsiye Edilen Eğitime İlişkin Bilgiler

1. İş Sağlığı ve Güvenliği
 - 1.1. İSG talimatları
 - 1.2. Temel İSG mevzuatı
 - 1.3. Acil durum talimatları
 - 1.4. İSG talimatlarının iş süreçlerinde uygulanması
 - 1.5. Acil durum talimatlarının iş süreçlerinde uygulanması
 - 1.6. Risk ve tehlike kavramları
 - 1.7. Risk ve tehlikelere karşı yapılacak işlemler ve işlemlerin uygulanması
 - 1.8. Araç, gereç ve ekipman kullanımı
2. Çevre Koruma
 - 2.1. Temel Çevre mevzuatı
 - 2.2. Çevre koruma talimatları
 - 2.3. Çevre koruma talimatlarının iş süreçlerinde uygulanması
 - 2.4. Çevresel tehlike ve riskler ile alınması gereken önlemler
3. Kalite Sistemi
 - 3.1. Firma ve faaliyet alanının temel kalite yönetim sistemi talimatları
4. İş Organizasyonu
 - 4.1. Tanıtım alanında iş süreçleri geliştirme faaliyetleri
 - 4.2. Takım çalışması
 - 4.3. Etkili geri bildirim verme
 - 4.4. Planlama ve organizasyon
 - 4.5. Problem çözme
 - 4.6. Rapor arşivleme
5. Mesleki Gelişim
 - 5.1. Kendisinin ve ekibinin mesleki gelişim yöntemleri
 - 5.2. Organizasyon içerisinde eğitim verme faaliyetleri

EK A1-2: Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi

a) BİLGİLER

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Alt Öğrenme Kazanımı	Değerlendirme Aracı
BG.1	Faaliyet alanında bulunması gereken sağlık ve güvenlik işaretlerini tanımlar.	A.1.1	1.1	T1
BG.2	İş kazası risklerine karşı çalışma ortamında alınması gereken İSG önlemlerini açıklar.	A.1.1	1.1	T1
BG.3	Tehlike ve risk kavramlarının anlamını ayırt eder.	A.1-2	1.1	T1
BG.4	Tanıtım yapılacak ürüne ve tanıtım alanına özgü kullanılacak KKD'nin önemini açıklar.	A.1-2	1.1	T1
BG.5	İş süreçlerinde uyulması gereken İSG kurallarını açıklar.	A.1-2, A.2.1-2	1.1, 1.2	T1
BG.6	Acil durumlarda tahliye kural ve yöntemlerini açıklar.	A.2.1	1.2	T1
BG.7	Tanıtım alanı ve tanıtım faaliyetleri ile ilgili uygulanması gereken temel çevre koruma önlemlerini açıklar.	A.3.1-2	1.3	T1
BG.8	Tanıtım faaliyetinden dolayı ortaya çıkan atıkların tasnif ve imhasına yönelik önlem ve kuralları açıklar.	A.3.3	1.3	T1
BG.9	Kalite güvence sistemi için talep edilen bilgi/belge vb. hazırlık çalışmalarını açıklar.	A.4.1	2.1	T1
BG.10	Tanıtım faaliyetlerini yönetim/kalite sistemi gereklerine göre dokümanite etmeyi açıklar.	A.4.2	2.1	T1
BG.11	İş taleplerini hangi kaynaklardan temin edeceğini açıklar.	B.1.1	2.2	T1
BG.12	Mevcut olan araç-gereç, malzeme, ürün ve iş gücü gibi kaynakları nitelik ve nicelik olarak analiz ederek ihtiyacını belirler.	B.1.2	2.2	T1
BG.13	Tahmini iş sürelerini tespit ederek iş takvimini belirler.	B.1.3	2.2	T1
BG.14	İş takvimini dikkate alarak günlük iş takibini açıklar.	B.2.1	2.3	T1
BG.15	Tanıtım yapılacak ürün(ler)e göre iş planı oluşturmayı açıklar.	B.2.2	2.3	T1
BG.16	Beklenmedik durumlar karşısında iş planını revize etmeyi açıklar.	B.2.3	2.3	T1

BG.17	İş başvurusunda bulunan adaylarla yaptığı görüşme sonucuna göre, adayların uygunluk durumunu değerlendirmeyi açıklar.	B.3.1	2.4	T1
BG.18	Belirlediği işe uygun aday(lar)ı ilgililere bildirmeyi açıklar.	B.3.2	2.4	T1
BG.19	Adaylar ile yaptığı görüşmeler sonucunda, uygun bulunanlardan potansiyel çalışan havuzu oluşturmayı açıklar.	B.3.3	2.4	T1
BG.20	Tanıtım faaliyeti ile ilgili iyileştirme önerilerini açıklar.	B.4.1	2.5	T1
BG.21	Yüksek potansiyel gördüğü alanlarda aktivite yapılmasına yönelik firmaya önerilerde bulunmayı açıklar.	B.4.2	2.5	T1
BG.22	Satış artırmaya yönelik eğitimler geliştirmeyi açıklar.	B.4.3	2.5	T1
BG.23	Geliştirdiği önerileri işyeri prosedürlerine uygun olarak raporlamayı açıklar.	B.4.4	2.5	T1
BG.24	Bireysel mesleki gelişimine yönelik çalışmaları (eğitim ihtiyacını belirleme, ilgili birimden talepte bulunma, eğitimlere katılma vb.) açıklar.	F.1.1	3.1	T1
BG.25	Meslek ve sektördeki gelişmeleri takip etmeyi açıklar.	F.1.2	3.1	T1
BG.26	Görevleriyle ilgili mevzuat ve norm değişikliklerini izleyerek faaliyetlerine yansıtmayı açıklar.	F.1.3	3.1	T1
BG.27	Kariyer hedefine göre planladığı mesleki gelişimini sağlamayı açıklar.	F.1.4	3.1	T1
BG.28	İşe yeni başlayan elemanlara iş talimatlarını, bilgi ve deneyimlerini aktarmayı açıklar.	F.2.1	3.2	T1
BG.29	Ürün tanıtımında görev alacak ekibe, ürün ve ürünün tanıtım faaliyeti ile ilgili bilgileri (uygulama da dahil olmak üzere) içeren eğitim vermeyi açıklar.	F.2.2-3, F.2.5	3.2	T1
BG.30	Tanıtım alanında bulunan ilgili personellere ürün hakkında bilgi vermeyi açıklar.	F.2.4	3.2	T1

b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Alt Öğrenme Kazanımı	Değerlendirme Aracı
-				

**REFERANS KODU A2 TANITIM FAALİYETLERİNİN YÜRÜTÜLMESİ VE TANITIM
SÜRECİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ YETERLİLİK BİRİMİ**

1	YETERLİLİK BİRİMİ ADI	Tanıtım Faaliyetlerinin Yürütülmesi ve Tanıtım Sürecinin Değerlendirilmesi
2	REFERANS KODU	/A2
3	SEVİYE	4
4	KREDİ DEĞERİ	-
5	A) YAYIN TARİHİ	
	B) REVİZYON NO	Rev. No: 00
	C) REVİZYON TARİHİ	-
6	YETERLİLİK BİRİMİNE KAYNAK TEŞKİL EDEN MESLEK STANDARDI	
17UMS0623-4 Tanıtım Sorumlusu (Seviye 4) Ulusal Meslek Standardı		
7	ÖĞRENME KAZANIMLARI	
<p><u>Öğrenme Kazanımı 1: Ürün tanıtım hazırlıkları yapar.</u></p> <p>Alt Öğrenme Kazanımları:</p> <p>1.1: Ürün/marka/firma ve rakip ürün hakkında bilgi toplamayı açıklar. 1.2: Tanıtım alanlarının uygunluğunu kontrol eder. 1.3: Tanıtım ekibini oluşturmayı açıklar. 1.4: Tanıtım ekibine oryantasyon verir. 1.5: Tanıtım alanlarının hazır hale getirilmesini sağlar. 1.6: Faaliyet alanında İSG kurallarını uygular.</p> <p><u>Öğrenme Kazanımı 2: Tanıtım faaliyetlerini yürütür.</u></p> <p>Alt Öğrenme Kazanımları:</p> <p>2.1: Tanıtım alanı ve personelini kontrol eder. 2.2: Tanıtım faaliyetlerinin gözetim işlemlerini yürütür. 2.3: Tanıtım malzemelerini temin etmeyi açıklar. 2.4: Tanıtım sürecinde karşılaşılan sorunları çözmeyi açıklar.</p> <p><u>Öğrenme Kazanımı 3: Tanıtım sürecini değerlendirir.</u></p> <p>Alt Öğrenme Kazanımları:</p> <p>3.1: Tanıtım alanının ve tanıtım faaliyetlerinin performansını değerlendirir. 3.2: Tanıtım personelinin performansını değerlendirmeyi açıklar. 3.3: Durum değerlendirme raporu hazırlar. 3.4: Tanıtım faaliyetleri hakkında sunum yapar.</p>		
8	ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	
8 a) Teorik Sınav		
(T1) Çoktan Seçmeli Sınav: A2 birimine yönelik teorik sınav Ek A2-2’de yer alan “Bilgiler” kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Adaylara en az 34 soruluk, 4 seçenekli çoktan seçmeli ve her biri eşit puan		

değerinde test sınavı uygulanmalıdır. Sınavda yanlış cevaplandırılan sorulardan herhangi bir puan indirimi yapılmaz. Adaylara her soru için ortalama 1-2 dakika zaman verilir. Soruların en az % 70'ine doğru yanıt veren aday başarılı sayılır. Sınav soruları, bu birimde teorik sınav ile ölçülmesi öngörülen tüm bilgi ifadelerini (Ek A2-2) ölçmelidir.

8 b) Performansa Dayalı Sınav

(P1): A2 birimine yönelik performansa dayalı sınav Ek A2-2'de yer alan "Beceriler ve Yetkinlikler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Performans sınavında; beceri ve yetkinlik ifadelerinde yer alan ölçütlere uygun senaryo(lar), bilgi notları ve diğer açıklayıcı dokümanlar kullanılarak, adayların ürün tanıtımı öncesi hazırlık organizasyonu yapması ve sonrasında tanıtım faaliyetlerini yürütmesi gözlemlenecektir. Değerlendiriciler gerekli gördükleri noktalarda, "Beceriler ve Yetkinlikler" kontrol listesine göre sözel sorular sorup açıklamalar isteyebilirler. Bu sorular performans kontrol listelerinde yer alacaktır. Performansa dayalı sınavın süresi gerçek uygulama şartlarındaki süreye karşılık gelmelidir. Adayın, performans sınavından başarı sağlaması için kritik adımların tamamından başarılı performans göstermek koşuluyla sınavın genelinden asgari % 70 başarı göstermesi gerekir. Performansa dayalı sınav gerçek veya gerçeğine uygun olarak düzenlenmiş çalışma ortamında ve çalışma ekipmanı ile gerçekleştirilir. Beceri ve yetkinlik ifadelerinin (Ek A2-2) tamamı performansa dayalı sınav ile ölçülmelidir.

(P2): A2 birimine yönelik performansa dayalı sınav Ek A2-2'de yer alan "Beceriler ve Yetkinlikler" kontrol listesine göre gerçekleştirilir. Performans sınavında; beceri ve yetkinlik ifadelerinde yer alan ölçütlere uygun senaryo(lar), bilgi notları ve diğer açıklayıcı dokümanlar kullanılarak, adayların tanıtım sürecini değerlendirmesi, rapor hazırlaması ve sonrasında hazırladığı sunumu yapması gözlemlenecektir. Değerlendiriciler gerekli gördükleri noktalarda, "Beceriler ve Yetkinlikler" kontrol listesine göre sözel sorular sorup açıklamalar isteyebilirler. Bu sorular performans kontrol listelerinde yer alacaktır. Adaya, tanıtım süreci değerlendirme raporu ve sunum hazırlaması için 30 dk süre verilir. Ayrıca, sunumu gerçekleştirilmesi için de 15 dk süre verilir. Adayın, performans sınavından başarı sağlaması için kritik adımların tamamından başarılı performans göstermek koşuluyla sınavın genelinden asgari % 70 başarı göstermesi gerekir. Performansa dayalı sınav gerçek veya gerçeğine uygun olarak düzenlenmiş çalışma ortamında ve çalışma ekipmanı ile gerçekleştirilir. Beceri ve yetkinlik ifadelerinin (Ek A2-2) tamamı performansa dayalı sınav ile ölçülmelidir.

8 c) Ölçme ve Değerlendirmeye İlişkin Diğer Koşullar

Adayın söz konusu birimden başarılı sayılması için T1, P1 ve P2 sınavından başarılı olması gerekir. Birim için öngörülen sınavların geçerlilik süresi sınavın başarıldığı tarihten itibaren 1 yıldır. Birimin elde edilebilmesi için başarılı sınav tarihleri arasındaki süre farkı bir yılı geçemez. Yeterlilik biriminin geçerlilik süresi birimin başarıldığı tarihten itibaren 2 yıldır.

9	YETERLİLİK BİRİMİNİ GELİŞTİREN KURUM/KURULUŞ(LAR)	Gıda Perakendecileri Derneği (GPD)
10	YETERLİLİK BİRİMİNİ DOĞRULAYAN SEKTÖR KOMİTESİ	MYK Ticaret Sektör Komitesi

YETERLİLİK BİRİMİ EKLERİ

EK A2-1: Yeterlilik Biriminin Kazandırılması için Tavsiye Edilen Eğitime İlişkin Bilgiler

1. Tanıtım Uygulamaları
- 1.1. Tanıtım alanı düzenlemeleri

- 1.2. Tanıtım teknikleri
- 1.3. Ürün bilgisi
- 1.4. Ekip yönetim bilgisi
- 1.5. Raporlama bilgisi
- 1.6. Etkili iletişim teknikleri
- 1.7. Müşteri memnuniyeti uygulamaları
2. İş Sağlığı ve Güvenliği
- 2.1. Faaliyet alanlarında İSG uygulamaları
- 2.2. Tanıtım alanlarında ürün güvenliği uygulamaları
3. Mevzuat
- 3.1. Tüketici hakları ve ilgili mevzuat
- 3.2. Rekabet Hukuku ve ilgili mevzuat

EK A2-2: Yeterlilik Biriminin Ölçme ve Değerlendirmesinde Kullanılacak Kontrol Listesi

a) BİLGİLER

No	Bilgi İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Alt Öğrenme Kazanımı	Değerlendirme Aracı
BG.1	Tanıtımını yapacağı ürünler ile ilgili temin etmesi gereken bilgileri açıklar.	C.1.1	1.1	T1
BG.2	Tanıtım yapılacak markanın ilgili ürününe ilişkin pazarlama ve tanıtım stratejisi hakkında hangi bilgileri temin edeceğini açıklar.	C.1.2	1.1	T1
BG.3	Tanıtım yapılacak marka ve/veya ürünlerin tedarikçisi olan firmanın hangi bilgilerini temin edeceğini açıklar.	C.1.3	1.1	T1
BG.4	Rekabet Hukuku'na uygun yöntem ve kuralları kullanarak, rakip ürünlere ilişkin olarak hangi bilgileri temin edeceğini açıklar.	C.1.4	1.1	T1
BG.5	Ürünün tanıtımına yönelik operasyonel bilgileri nereden alacağını açıklar.	C.1.5	1.1	T1
BG.6	Tanıtım faaliyetinin kapsamına göre uygun noktaları belirlemeyi açıklar.	C.2.2	1.2	T1
BG.7	Belirlediği tanıtım noktalarının kullanımı için firma yetkililerinden onay almayı açıklar.	C.2.3	1.2	T1
BG.8	Yasal izin gerektiren noktalar için alacağı aksiyonu açıklar.	C.2.4	1.2	T1
BG.9	Eleman seçimi yaparken dikkate alacağı konuları açıklar.	C.3.1	1.3	T1
BG.10	Özel dönem ve aktiviteler için ihtiyaç duyulan eleman sayısı ve niteliklerini belirlemeyi açıklar.	C.3.2	1.3	T1

BG.11	Ani ihtiyaç olma ihtimaline karşın yedek personelleri belirlemeyi açıklar.	C.3.3	1.3	T1
BG.12	Oluşturduğu tanıtım ekibindeki personelin görevlendirilmesi için gerekli belgeleri mevzuata uygun şekilde temin etmeyi açıklar.	C.3.4	1.3	T1
BG.13	Tanıtım ekibi üyeleri arasında görevlendirme ve iş bölümü yapmayı açıklar.	C.3.5	1.3	T1
BG.14	Tanıtım ekibini; sahadaki engeller, fırsatlar, tanıtım hedefleri, rakip bilgileri ve özel kampanyalar hakkında bilgilendirmeyi açıklar.	C.4.1	1.4	T1
BG.15	Tanıtım ekibini; tanıtım yöntemi ve çalışma koşulları hakkında bilgilendirmeyi açıklar.	C.4.2	1.4	T1
BG.16	Ürün tanıtımının yapılacağı yer, tanıtım ortamı (açık/kapalı alan), tanıtım süresi ve benzeri şartlara göre kurulacak standın niteliklerini belirlemeyi açıklar.	C.5.1	1.5	T1
BG.17	Standın, tanıtım noktasına kurulum aşamasına rehberlik etmeyi açıklar.	C.5.2	1.5	T1
BG.18	Hazır hale getirilen tanıtım noktasının uygunluğuna ilişkin ilgili kişilerden onay almayı açıklar.	C.5.7	1.5	T1
BG.19	Tanıtım personelinin ürün tanıtım ve sunum süreçlerine ilişkin tutum ve davranışlarını gözlemleyerek eğitim ihtiyaçlarını belirlemeyi açıklar.	D.2.1	2.2	T1
BG.20	Tanıtım personelinin ürün tanıtımı ve sunumundaki performanslarını değerlendirerek personel değişikliği yapıp yapılmayacağına karar vermeyi açıklar.	D.2.2	2.2	T1
BG.21	Tanıtım faaliyeti sonrası tanıtım noktasında bulunan tanıtım standı ve ekipmanları, görsel tanıtım materyalleri, promosyon ürünleri ve benzeri materyallerin ilgililere teslim edilme işlemlerinin yürütülmesini açıklar.	D.2.4	2.2	T1
BG.22	Tanıtım için gerekli olan ürün ve görsel tanıtım malzemelerinin, tanıtım boyunca yeterli olup olmayacağını belirlemeyi açıklar.	D.3.1	2.3	T1
BG.23	İhtiyaç duyulacak ürün ve görsel tanıtım malzemelerini temin etmeyi açıklar.	D.3.2	2.3	T1
BG.24	Tanıtım elemanlarının çalışma esnasında müşteri ya da diğer personelle ilgili karşılaştığı sorunları çözmeyi açıklar.	D.4.1	2.4	T1

BG.25	Ürün tanıtımı ve sunumu sırasında karşılaşılan, ürün, personel ve benzeri kaynaklı sorunların ve müşteri şikayetlerinin giderilmesine yönelik izleyeceği adımları açıklar.	D.4.2	2.4	T1
BG.26	Müşteri şikayetlerinin oluşmaması için alacağı önlemleri açıklar.	D.4.3	2.4	T1
BG.27	Yapılan tanıtımın satışa dönüp dönmeyeceğini belirleyebilmek için, müşterilerin hangi demografik göstergelerini değerlendireceğini açıklar.	E.1.1	3.1	T1
BG.28	Tanıtım personelinin verimliliğini, hangi kriterlere göre değerlendireceğini açıklar.	E.2.1	3.2	T1
BG.29	Yaptığı performans değerlendirmesine ilişkin sonuçlar ve önerilerle ilgili alacağı aksiyonu açıklar.	E.2.2, E.2.5	3.2	T1
BG.30	İhtiyaç halinde, tanıtım personeliyle performans değerlendirme sonuçları hakkında görüşme yapmayı açıklar.	E.2.3	3.2	T1
BG.31	Hangi kriterlere göre, tanıtım personelinin performans ve motivasyonunu destekleyici çalışmalar yürüteceğini açıklar.	E.2.4	3.2	T1
BG.32	İşyerinin/firmanın belirlediği formata uygun olarak alandan gelen satış bilgilerini bölgesel bazda raporlayacağını tanımlar.	E.3.3	3.3	T1
BG.33	Hazırladığı raporları gizliliğe de önem vererek arşivleyeceğini tanımlar.	E.3.7	3.3	T1
BG.34	Yapılan sunum sonrası firma yetkilileri tarafından bildirilen görüş ve öneriler karşısında alacağı aksiyonu açıklar.	E.4.3	3.4	T1

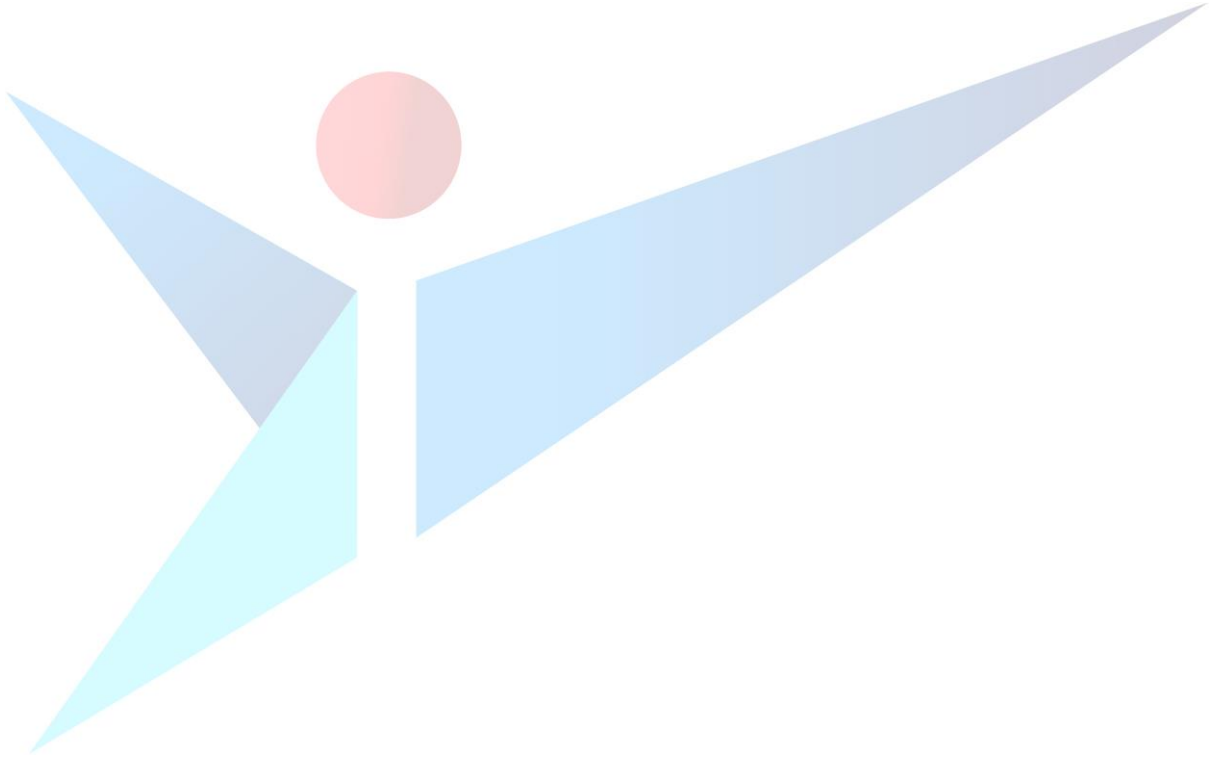
b) BECERİ VE YETKİNLİKLER

No	Beceri ve Yetkinlik İfadesi	UMS İlgili Bölüm	Yeterlilik Birimi Alt Öğrenme Kazanımı	Değerlendirme Aracı
*BY.1	Tanıtım alanlarının, firma tarafından belirlenen tanıtım koşullarına uygunluğunu kontrol eder.	C.2.1	1.2	P1
*BY.2	Tanıtım ekibini; sahadaki engeller, fırsatlar, tanıtım hedefleri, rakip bilgileri ve özel kampanyalar hakkında bilgilendirir.	C.4.1	1.4	P1
BY.3	Tanıtım ekibini; tanıtım yöntemi ve çalışma koşulları hakkında bilgilendirir.	C.4.2	1.4	P1
BY.4	Kurulan standın firma standartlarına uygunluğunu	C.5.4	1.5	P1

	kontrol eder.			
BY.5	Firma tarafından; lansman, özel günler, kampanyalar gibi etkinlikler için belirlenmiş düzenlemelerin, prosedürlere uygunluğunu kontrol eder.	C.5.5	1.5	P1
*BY.6	Tanıtım yapılacak ürün ve görsel tanıtım malzemelerini temin ederek bu malzemelerin tanıtım stantlarında yeterli sayıda bulunmasını sağlar.	C.5.6	1.5	P1
BY.7	Faaliyet alanında İSG kurallarını uygular.	A.1.1-2	1.6	P1
BY.8	Acil durum ihtimaline karşın tanıtım ekibinin önlem almasını sağlar.	A.2.1-2	1.6	P1
*BY.9	Tanıtım noktasındaki görevli personelin gerekli kontrollerini (kılık kıyafetleri, kişisel bakım ve görünüş, mesai saatleri ve benzeri) firma kurallarına uygunluğunu kontrol eder.	D.1.1	2.1	P1
BY.10	Görsel materyal uygulamasının tanıtım sürecinde firma kurallarına uygun yapıp yapılmadığını kontrol eder.	D.1.2	2.1	P1
BY.11	Tanıtım elemanlarının alanda çalışma koşul ve kurallarına ilişkin olarak alan yetkililerini bilgilendirir.	D.1.3	2.1	P1
*BY.12	Tanıtım standı ve tanıtım personelinin ürün tanıtımı ya da sunumu esnasında mevzuata ve prosedürlere uygun şekilde görüntülü kayıtlarını alır.	D.2.3	2.2	P1
BY.13	Tanıtım alanını ziyaret eden müşteri sayısı hakkında alan yetkililerinden bilgi alır.	E.1.2	3.1	P2
*BY.14	Tanıtım alanı yetkililerinden; tanıtım faaliyetlerinin müşteriye ulaşma, satışa yansımaları ile tanıtım personelinin iş sürecindeki performansına ilişkin bilgi alır.	E.1.3	3.1	P2
BY.15	Tanıtım öncesi ve sonrası ürün satış cirolarını kıyaslayarak tanıtım faaliyetlerinin ürün satışlarına etkilerini değerlendirir.	E.1.4	3.1	P2
*BY.16	İlgili dönemde rakip firmaların ikame ürünlerinin satış cirosu/adedi, kampanyalı ürünleri, yeni ürünleri, promosyon ve indirimleri hakkında tanıtım personeli ve/veya alan yetkililerinden bilgi alır.	E.1.5	3.1	P2
BY.17	Değerlendirme sonuçlarına göre tanıtım alanının satış açısından verimliliği konusunda rapor hazırlar.	E.1.6	3.1	P2
BY.18	Tanıtım personeli tarafından sunulan; tanıtım sürecinde müşterilerin ürünü tercih etme ve etmeme nedenleri, tanıtım yapılan ürünün satış potansiyeli ve satışa dönme durumu gibi bilgilerini içeren raporları değerlendirir.	E.3.1	3.3	P2
BY.19	Tanıtım yapılan ürün(ler) ve/veya markanın rakipleri hakkında Rekabet Hukuku çerçevesinde edindiği bilgileri işyeri ve/veya firma prosedürlerine uygun yöntem ve teknikleri kullanarak raporlar.	E.3.2	3.3	P2
*BY.20	Tanıtım sürecinde müşteri ya da alandan gelen	E.3.5	3.3	P2

	şikâyet ve önerileri raporlar.			
BY.21	Tanıtım faaliyeti sonrası tanıtım alanından teslim alınan stant ve ekipmanları, görsel tanıtım materyalleri, promosyon ürünleri ve benzeri materyallerin miktar ve niteliklerini firma prosedürlerine göre raporlar.	E.3.6	3.3	P2
BY.22	Tanıtım sürecinin değerlendirilmesine dair hazırlanmış olduğu raporlardaki bilgileri sunum haline getirir.	E.4.1	3.4	P2
BY.23	Firma yetkililerine hazırladığı sunumu yapar.	E.4.2	3.4	P2

(*) Performans sınavında başarılması zorunlu kritik adımlar.



YETERLİLİK EKLERİ

EK 1: Ulusal Yeterlilik Hazırlama Ekibi ve Teknik Çalışma Grubu Üyeleri

	Adı - Soyadı	Eğitim Bilgileri* (Tarih - Eğitim Kurumu/Bölüm Adı)	Deneyim Bilgileri* (Tarih – İş Yeri – Unvan)
1.	Şeref Egemen SAYRAÇ	2002 - İstanbul Teknik Üniversitesi – Endüstri Mühendisliği – Yüksek Lisans 1998 – Eskişehir Osmangazi Üniversitesi/Endüstri Mühendisliği	2013(devam ediyor) – Gıda Perakendecileri Derneği – Genel Sekreter Yardımcısı 2013(devam ediyor) – Zincir Mağazalar Derneği - Genel Sekreter Yardımcısı 2013-2006 – Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği – Müdür
2.	Mert Altar BÜYÜKÖNER	1997 – Bilkent Ün. İşletme Fakültesi 1994 – Maryland Ün – Uluslararası İlişkiler	2020 – PERAVOC Mesleki Yeterlilik Merkezi Belgelendirme Merkezi – Kalite Yöneticisi/Karar Verici 2018 – Kategori Mağazacılığı Derneği – Proje Yöneticisi 2017-2015 – Depodakaldı Ticaret A.Ş. – Yönetici Ortak 2015-2013 – Aktifbank A.Ş. – Bayi Pazarlama Direktörü 2013-2008 – Societe Generale A.Ş. – Bölge Satış Müdürü
3.	Filiz BÜLBÜL	2004 – İTÜ – STS Yüksek Lisans 1995 – ODTÜ – İktisat Fakültesi	2017 – 2020 – Kategori Mağazacılığı Derneği – Kalite Yöneticisi 2004 – 2017 – Dolpfin Proje Yön LTD – Genel Müdür
4.	Nurdan BAŞDOĞAN	1998 – Çukurova Ün – İng. İktisat	2018 - 2020 - Vergi İade Aracılık A.Ş. - İş Geliştirme ve Kalite Yönetimi Müdürü 2015 - 2018 - Innova Taxfree Group - İş Geliştirme ve Kalite Yönetimi Müdürü
5.	Fusun DERECİ	1994 – Gazi Üniversitesi – İktisat Bölümü	2020 (devam ediyor) – MYK – Karar Verici/Sınav Yapıcı 2020 – 2018 – Alper Kozmetik – Satış Müdürü 2015-2014 – Human Kapital – Satış Müdürü 2009 – 2003 – Kopaş Kozmetik –

			Bölge Satış Müdürü 2001 – 1997 – Migros A.Ş. Mağaza Müdürü
6.	Levent AKSÖYLER (moderatör)	2021 – Anadolu Üniv – Yönetim Bilişim Sistemleri 2016 – Anadolu Üniv.- Perakende Satış ve Mağaza Yönetimi 1994 – Süleyman Demirel Üniversitesi – Su Ürünleri Mühendisliği	2019 – 2021 Kategori Mağazacılığı Derneği (PERAVOC- Perakendede Mesleki Yeterlilik Belgelendirme Merkezi) – Proje Asistanı/Karar Verici 2016 – 2017 – Onur Marketler - Mağaza Müdürü 2007 – 2016 - CarrefourSA A.Ş. – Meslek Yöneticisi
7.	Aysun IŞIKBAŞ	2000 - Sakarya Üniversitesi İşletme Bölümü	2001 – 2021 - Halka Grup Şirketleri – Müşteri Direktörü
8.	Bülent GARİP	2000 - Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim fakültesi İşletme Bölümü İstanbul Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası SMMM Oda Sicil No:29562- 2009	2010-..... Kırmızı Fikirler Ticari Pazarlama ve Reklam Ajansı - Yönetici Ortak 2009-2000 - Publicis Graphics Reklam Ajansı Reklam Pazarlama ve Tanıtım Bölümü - Müşteri Direktörü
9.	Funda HIZLI	2004 - Anadolu Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler	2009-2021 - Ekom Araştırma Tanıtım Danışmanlık ve Bilişim Hizmetleri Dış Ticaret A.Ş - Satış Destek Projeleri Müdürü 2008-2009 Tekstilbank Bireysel Pazarlama 2006-2007 Ekom Araştırma ve Tanıtım Hizmetleri Dış Tic.A.Ş - Müşteri Temsilcisi 2002-2006 Nestle Türkiye Gıda San.A.Ş - Tüketici Hizmetleri Departmanı
10.	Gülay Ganimet ENGİN	İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Bölümü-Devam ediyor.	2004----- Mapp Merchandising Group İnsan Kaynakları - Müdür
11.	Yeşim ERTÜRK	1988 - İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri Bölümü	1993 ----- Hedef Tanıtım ve Doğrudan Pazarlama Hizmetleri Ltd. Şti. - Kurucu Başkan
12.	Zuhal Gezer DEMİRCİ	2005 - Newport University- İşletme Bölümü	2007- Kayra Grup - CEO Kurucu Ortak 2001 - 2006 DMC İstanbul Proje/Pazarlama Müd. Ortak 1996 – 2001 - DMC İzmir - Ege

			Bölge Müdürü
--	--	--	--------------

**Yalnızca meslekle ilgili olan eğitim/deneyim bilgilerine yer verilecektir.*

EK2: Görüş İstenen Kişi, Kurum ve Kuruluşlar

A.S. Watson Güzellik ve Bakım Ürünleri Tic. A.Ş.

ABC Perakende Destek Hizm. A.Ş.

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Ankara Perakendeciler Derneği

Ankara Sanayi Odası (ASO)

Ankara Ticaret Odası (ATO)

Ankara Ticaret Odası İnovasyon Danışmanlık Eğitim Araştırma Anonim Şirketi

Arçelik A.Ş.

ASELSAN Elektronik Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Belgelendirme Kuruluşları Derneği (BEKDER)

Birleşmiş Markalar Derneği

Boğaziçi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Boyner Büyük Mağazacılık A.Ş.

Bursa Ticaret ve Sanayi Odası

Carrefoursa Carrefour Sabancı Ticaret Merkezi A.Ş.

CRG Organizasyon Reklam Eğitim Dan. ve Turizm Sanayi Tic. Ltd. Şti.

CRM Tanıtım Hiz. Ltd. Şti.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü)

Diya Özel Eğt. Enerji Bil. Tek. Arama M. M. M. İ. P. T. T. S. İ. İ. Ltd. Şti.

Dmpartner Doğrudan Pazarlama Satış ve Dağıtım Hiz. San. ve Tic. A.Ş.

Doğrudan Pazarlama İletişimcileri Derneği

Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

DS İletişim Fuarcılık Rek. ve Turizm Hizmetleri San. ve Tic. A.Ş.

DYO Boya Fabrikaları A.Ş.

Ege Bölgesi Sanayi Odası (EBSO)

Eksen Pazarlama ve Satış Danışmanlık A.Ş.

Engin Satış Destek Hizm. A.Ş.

English Home-EHM Mağazacılık Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Enternasyonel Hilton Otelleri A.Ş.

Esse Ev Ürünleri Pazarlama Sanayi ve Ticaret A.Ş.

Estanbul Doğrudan Pazarlama ve Halkla İlişkiler Ltd. Şti.

Firmamentum Tanıtım Org. İletişim Dan. San. ve Tic. Ltd. Şti.

Ford Otomotiv Sanayi A.Ş.

Galatasaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Gaziantep Ticaret Odası

Gıda Perakendecileri Derneği

Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Hak-İş Konfederasyonu

HRT Reklam Org. San. ve Tic. Ltd. Şti.

İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Bölümü

İletişim Danışmanları Şirketleri Derneği

İstanbul Ticaret Odası (İTO)

İstanbul Ticaret Üniversitesi Ticari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

İzmir Ekonomi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

İzmir Ticaret Odası

Karadeniz Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

KİT Group Tanıtım Pazarlama Ticaret A.Ş.

Kocaeli Ticaret Odası

Koçtaş Yapı Marketleri Tic. A.Ş.

KOLUMAN Motorlu Araçlar A.Ş.

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB)

Kütahya Porselen Sanayi A.Ş.

MAN Türkiye A.Ş.

Marketgrup Tanıtım İletişim ve Reklamcılık Hizm. Tic. Ltd. Şti.
Media Markt Turkey Ticaret Limited Şirketi
Mersin Ticaret ve Sanayi Odası
Migros Ticaret A.Ş.
Milli Eğitim Bakanlığı Hayat Boyu Öğrenme Genel Müdürlüğü
Milli Eğitim Bakanlığı Mesleki ve Teknik Eğitim Genel Müdürlüğü
Milli Eğitim Bakanlığı Yenilik ve Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü
MTG Organizasyon ve Etkinlik Yönetimi Ltd.Şti.
Mudo Mağazacılık A.Ş.
Ortadoğu Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
Paşabahçe Cam Sanayi ve Ticaret. A.Ş.
Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Derneği
Pfizer İlaç Sanayii
Pozitera Perakende Geliştirme Hizm. Tic. A.Ş.
Pupa Pazarlama Hizm. Ltd. Şti.
Reaksiyon Doğrudan Pazarlama Tic. Ltd. Şti.
Reklam Verenler Derneği
Siemens Sanayi ve Ticaret A.Ş.
TEKNİKEL Belgelendirme Sertifikasyon Anonim Şirketi
Tellgraph Araştırma Danışmanlık ve Satış Destek Hiz. A.Ş.
Ticaret Bakanlığı
TOBB Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
TORKU-Konya Şeker Sanayi ve Ticaret A.Ş.
Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.
Tüketici Hakları Derneği (THD)
Türk Telekom A.Ş.
Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu
Türkiye Devrimci İşçi Sendikaları Konfederasyonu (DİSK)
Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK)

Türkiye Garanti Bankası A.Ş.

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD)

Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)

Türkiye İş Kurumu (İş ve Meslek Danışmanlığı Dairesi Başkanlığı)

Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu (TÜRK-İŞ)

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK)

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB)

Türkiye Perakendeciler Federasyonu

Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Vatan Bilgisayar San. ve Tic. A.Ş.

Yetkilendirilmiş Belgelendirme Kuruluşları Derneği (YBKDER)

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı (YÖK)

Zincir Mağazalar Derneği

EK3: MYK Sektör Komitesi Üyeleri ve Uzmanlar

Musa BEŞPARMAK,

Başkan (Türkiye Odalar Borsalar Birliği)

Prof. Dr. Aslıhan NASIR,

Başkan V. (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı)

Tayibe KAVAK,

Üye (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı)

Gülnur İNAN,

Üye (Milli Eğitim Bakanlığı)

Adnan BENLİ,

Üye (Ticaret Bakanlığı)

Fuat UYSAL,

Üye (Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu)

Zafer ÖZCİVAN,

Üye (Türkiye İhracatçılar Meclisi)

Aytuğ BALAMAN,

Üye (Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu)

Mustafa Sema SÜRÜCÜ,

Üye (Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu)

Tuğba USTA,

Üye (Mesleki Yeterlilik Kurumu)

EK 4: MYK Yönetim Kurulu Üyeleri

Adem CEYLAN,

Başkan (Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Temsilcisi)

Prof. Dr. Mehmet SARIBIYIK,

Başkan Vekili (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı)

	Temsilcisi)
Dr. Recep ALTIN,	Üye (Milli Eğitim Bakanlığı Temsilcisi)
Bendevi PALANDÖKEN,	Üye (Meslek Kuruluşları Temsilcisi)
Dr. Osman YILDIZ,	Üye (İşçi Sendikaları Konfederasyonları Temsilcisi)
Celal KOLOĞLU,	Üye (İşveren Sendikaları Konfederasyonu Temsilcisi)

