

QP 75-01-18

Český institut pro marketing
Certifikační sekce CIMA (CS CIMA)



**Certifikační schéma odborné
kvalifikace typu
Prodej CIMA- B (PCB 5-2015)
funkce sales manager**

Tento dokument je určen výhradně pro služební potřebu a včetně příloh je vlastnictvím Českého institutu pro marketing (CIMA),o.s.. Jakékoliv šíření tohoto dokumentu pro jiné účely než pro potřebu CIMA lze provádět pouze se souhlasem ředitele CIMA.

V případě vyhotovení neřízené kopie si musí být uživatel vědom toho, že dokument byl aktuální pouze v době vyhotovení kopie.

Zpracoval :	Kolektiv CS	Schválil :	PM CIMA
Datum :	2.3.2015	Datum :	18.5.2015
Podpis :		Podpis :	

Vydání č. /revize č.	Změna č.	Strana č.	Popis změny/revize	Datum změny	Provedl	Podpis
2	1.		Nové vydání – nové certifikační schéma Čas písemné zkoušky případové studie je upraven na 1 hodinu a 30 minut. Z certifikace se vypouští právní problematika,	1.7.2015	O.Pivoda	

QF 42-02/00

Certifikace odborné kvalifikace typu Prodej CIMA-B, funkce „Sales Manager“ se realizuje na základě:

1. Dokumentu QP 75-01-18, certifikační schéma PCB 5-2015
2. Dokumentu QP 75-01-01 (Statut certifikace CS CIMA)-
 - a) článek VII- Postup a proces certifikace
 - b) článek VII- Certifikát
 - c) článek IX- Odvolání a stížnosti
 - d) článek X- Dozor
 - e) článek XI- Recertifikace
3. Dokumentu QP 75-01-12 -Hodnotící standardy Prodej CIMA-B
4. Dokumentu QP 75-01-10- Zkušební řád Prodej CIMA-B
5. Dokumentu QP-75-07/02- Žádost uchazeče o certifikaci a v případě recertifikace dokumentu QF 75-15/00- Žádost uchazeče o recertifikaci
6. Dokumentu QF 75-13/02- Dohoda o vydání certifikátu

Certifikační schéma

PCB 5-2015

Prodej CIMA-B

Sales manager

Český institut pro marketing CIMA, Certifikační sekce
CIMA



Oblast
certifikace

Sales Manager

Alternativní
název
funkce:

Obchodní ředitel, ředitel prodeje, Account manager, Key Account manager, Exportní manažer prodeje, Obchodní manažer, Prodejní manažer, Regionální obchodní (prodejní) manažer, Manažer rozvoje obchodních vztahů, Vedoucí obchodního oddělení, Team Leader, Vedoucí prodejní sítě, Vedoucí obchodní sítě, Vedoucí zákaznických vztahů (služeb), Vedoucí call centra, Manažer telesales, Sales Office Administrátor, Sales Supervisor, Vedoucí prodeje interní sítě, vedoucí prodeje externích vztahů,

*Area Manager
Country Manager
Sales Manager
National Sales Manager
Force Field Manager*

Charakteristika
činností/příklady
náplně práce

Kvalifikovaný pracovník v oblasti řízení odbytu (nákupu, prodeje), ve své činnosti používá specifické prodejní a marketingové znalosti a dovednosti nabyté zejména v učebním procesu nebo praxi a využívající další dovednosti získané v systému certifikovaného vzdělávání a (částečné) praxe.

-Rozumí a přehledně se orientuje v obchodní činnosti a řízení obchodní činnosti, umí aplikovat postupy a závěry do oblasti řízení prodeje.

-Pro svou činnost používá celou řadu dovedností spočívajících v aplikaci získaných specializovaných prodejních znalostí v oblasti přípravy a praktické realizace procesu plánování a vytváření obchodních plánů, analýzy trhů, segmentace a segmentů trhu, přípravy prodejní a marketingové strategie a implementace nástrojů marketingového mixu do obchodního plánu.

-Je schopen aktivně zpracovat a využívat závěry analýz o pozici a faktorech determinujících konkurenci na trhu, aktivně aplikuje principy cenové politiky a určuje dostupné nástroje marketingového mixu.

- Při své odborné činnosti je si vědom postavení firmy na trhu ve smyslu vnitřní síly firmy a organizace firmy pro aplikaci vztahů směrem k trhu a zákazníkům.

-Umí aplikovat vnější faktory ovlivňující situaci firmy v makro prostředí a na trhu.

-Analyzuje a aktivně využívá kompetencí v řízení procesů v oblasti aplikace prodeje, celkové prodejní politiky, distribuce, výzkumu trhu, a integrované komunikace. Svoji pracovní činnost zvládá samostatně a je schopen aktivně podporovat a ovlivňovat obchodní strategii firmy a ostatní pracovníky.

	<p>-Je schopen aktivně vytvářet změny na trhu či ve firmě, určit základní příčiny a důsledky problémových tržních situací a s příslušným uplatněním rizika navrhnout opatření a řídit změny změny.</p> <p>-Umí navrhnout vlastní alternativní řešení, včetně možných přístupů (aplikací) k jejich realizaci, umí tato navrhovaná řešení zpětně i průběžně vyhodnocovat a dle potřeby korigovat.</p> <p>-Umí uplatňovat odborné znalosti při týmové spolupráci zaměřené na dosahování cílů. Na své pracovní (řídící) úrovni umí řešit problémy rozhodování, výběru a analýzy informací z odborných zdrojů a to i pod časovým tlakem, zvládá time management své práce.</p> <p>-Do kontextu odborného chování a řešení firemních problémů umí integrovat profesní a etické zásady. Může být zařazen i na kvalifikační pozice, kde je nutno vykonávat samostatnou řídící odbornou profesi při současném požadavku na koordinaci činností s jinými odděleními či profesemi. Mezi tyto činnosti patří:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zpracování obchodní strategie podniku a definování podnikových cílů v oblasti prodeje, • vypracovávání nabídek a zákaznických řešení dle požadavků zákazníků a organizace, • řízení činnosti úseku odbytu velkoobchodu se zajištěním provozu dané obchodně provozní jednotky a lidských zdrojů, • vyhodnocování a rozbor obchodní činnosti dle požadovaných kritérií ve stanovených časových intervalech, • zpracování rozpočtu, finančních plánů organizace a cenové politiky firmy včetně kontroly jejich dodržování na svěřeném úseku, • reprezentace organizace na jednáních s obchodními partnery a dalšími subjekty v rámci řízení celkové obchodní a odbytové strategie organizace včetně oblasti retailu. 	
Oblast využití	Obchodně-marketingové řízení všech typů firem, organizací včetně malého soukromého podnikání, řízení odbytových nebo nákupních aktivit, oddělení, apod.; střední management a vyšší management.	Pro oblast soukromého podnikání vyhovuje pro řízení živnosti malého a středního podniku
Obecné kompetence a charakteristiky	<p>Aplikuje klasické a moderní obchodní (prodejní, nákupní) dovednosti; má potřebné znalosti a dovednosti pro zajištění výcviku a rozvoj prodejních sil, jejich řízení a/nebo supervizi; má dovednosti potřebné pro aktivní porozumění a řízení prodejního procesu firmy a to ve vazbě na marketingové a obchodní cíle (strategie) a plány firmy, stanovuje prodejní (obchodní) cíle</p> <p>Umí zpracovávat strategie prodeje v návaznosti na strategie firmy, strategie prodejních sil, plánů a struktury prodeje; má komunikační schopnosti a dovednosti pro osobní jednání a vyjednávání, má organizační schopnosti a další dovednosti potřebné pro manažerskou činnost</p> <p>Má potřebnou informovanost o základních aspektech trhu a potenciálu (včetně trendů, vývoju, plánování a prognózování) v míře nezbytné a požadované pro výkon dané funkce; má dovednosti pro vyhledávání, vyhodnocování, rozvoj a udržování zákaznických vztahů.</p> <p>Pracuje a řídí na základě cílů a plánování práce, zvládá nezbytný osobní rozvoj potřebný pro danou funkci. Má analytické schopnosti pro zpracování a vyhodnocení pracovních situací v souvislosti s prodejem včetně interního monitoringu a evaluace.</p> <p>Umí řídit a/nebo rozvíjet nové možnosti v prodeji a prodejních kanálech. Má potřebné znalosti a dovednosti v oblasti aplikace technologií v prodeji včetně zpracování a využití databází, e-forem apod. Rozumí významu prodeje v organizaci a umí příslušné aspekty stanovit.</p> <p>Má potřebné znalosti pravidel a požadavků v oblasti regulace, standardizace a etiky prodeje</p> <p>Aktivně vyhledává a zpracovává tržní a zákaznické příležitosti</p>	

	<p>Další dovednosti (Interpersonální):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Prezentační dovednosti ▪ Komunikační dovednosti ▪ Porozumění (psychologie) zákazníkům ▪ Organizace práce a času, stanovení preferencí ▪ Aktivní vyhledávání zákazníků a evaluace ▪ Zvládání námitek ▪ Umění sebeanalýzy ▪ Umí pracovat na základě orientace na hierarchii firemních cílů ▪ Schopnost sociální orientace a empatie ▪ Orientace na výkon ▪ Orientace na zákazníky a řešení zákaznických problémů v prodeji ▪ Aktivní naslouchání ▪ Řízení lidí ▪ Výběr, alokace, motivace a řízení týmů ▪ Integrace prodejního a marketingového myšlení ▪ Základní znalosti a přehled o informačním managementu ▪ Znalosti a aplikace cenotvorby, výpočty, rozpočtování ▪ Etika a firemní odpovědnost ▪ Právní problematika je dočasně z kurzu i zkoušky vypuštěna
<p>Získané odborné znalosti</p>	<p>-Zpracování obchodní strategie podniku a definování podnikových cílů v oblasti prodeje, -vypracovávání nabídek a zákaznických řešení dle požadavků zákazníků a organizace, -řízení činnosti úseku odbytu velkoobchodu se zajištěním provozu dané obchodně provozní jednotky a lidských zdrojů, -vyhodnocování a rozbor obchodní činnosti dle požadovaných kritérií ve stanovených časových intervalech, -zpracování rozpočtu, finančních plánů organizace a cenové politiky firmy včetně kontroly jejich dodržování na svěřeném úseku, -reprezentace organizace na jednáních s obchodními partnery a dalšími subjekty v rámci řízení celkové obchodní a odbytové strategie organizace včetně oblasti retailu.</p>
<p>Odborné dovednosti prokazované certifikací</p>	<p><u>Prostředí prodeje</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Vlivy makroprostředí na obchod a možnosti reakce firmy na změny v makroprostředí. • Podstata marketingové orientaci firmy a její vliv na řízení prodeje. • Konkurence, typy konkurenčních vztahů, identifikace, aplikace na rozhodování • Současné aktuální trendy v procesu prodeje a řízení prodeje <p><u>Plánování prodeje</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Postup tvorby plánu prodeje/ alternativy. • Vztahy prodejních a marketingových cílů firmy. • Znalost a schopnost volby prodejní strategie ve vztahu k produktu a trhu. • Znalost a dovednost využívání základních analýz pro syntézy tvorby strategie, cílů, plánů, analýzy swot, význam, tvorba, užití, konfrontační matice, základní znalosti aplikací a tvorby matic BCG a GE, rozhodování o portfoliu, růstové strategie a pomůcky k jejich využití (Ansof, Kotler, Porter atd.) <p><u>KAM</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Definice, vývoj, základní aspekty KAM • Proces tvorby KAM- identifikace, analýzy, výběr zákazníků, hodnocení vztahů, kvality, délky, významu, segmentace

- Tvorba plánu KAM, cíle, strategie, analýzy, implementace strategie
- SWOT a SAARF analýzy, dovednost identifikace faktorů, znalost tvorby a vyhodnocení konfrontační matice swot analýzy
- Aplikace vztahovosti v prodeji, relačních vztahů na základě diferenciacce

CRM

- Hodnota pro zákazníka, hodnota zákazníka pro firmu, základní vývoj strategií CRM
- Základní charakteristiky CRM, diferencované CRM, proces tvorby strategie, hodnotová segmentace, změna přístupu od životního cyklu produktu k životnímu cyklu zákazníků
- Porozumění CRM v kontextu marketingu a prodeje
- Znalost analýz zákazníků z různých pohledů a dovednost jejich aplikací
- Znalost postupů segmentace, kritérií, volby kritérií, dovednost aplikace segmentace na daný případ z omezeného výběru informací a při známých a neznámých faktorech pro rozhodování
- Umění aplikovat CRM a jednotlivé fáze strategie CRM ve srovnání s hromadným přístupem, pochopení fází CRM a intenzity vzájemných vztahů na tvorbu strategie a přístup k zákazníkům

Řízení distribuce

- Rozhodování o využití distribučních kanálů s ohledem za zákazníky a produkt.
- Základní principy Category Managementu a jeho výhody a nevýhody pro dodavatele.
- Analýza současného a žádoucího stavu distribuce, analýza faktorů pro rozhodování o distribuci, porozumění postavení a významu jednotlivých distribučních článků, pochopení podstaty prostřednických a zprostředkovatelských vztahů
- organizace prodejců a týmů
- Nákup, retailing a category management, základní porozumění procesům a významu
- Analýza portfolia distributorů, řízení distributorů, controlling, reporting,
- Dovednost stanovení cílů, jejich dosahování, řízení aktivit, kontrola a efektivita práce distributorů/obchodních zástupců

Obchodní závazkové vztahy- základní právní aspekty

- Základní náležitosti obchodní smlouvy,
- Incoterms, doložky, význam, použití,
- Zajištění správného plnění KS včetně platebních a dodacích podmínek, eliminace rizik

Požadavky, potřeby, motivace zákazníků, pokročilé prodejní dovednosti

- Analýza chování a rozhodování zákazníků
- Strategie přístupu k zákaznickým segmentům, vyhodnocení stavu a adaptace strategie s ohledem na zákazníka
- Jednací techniky-SPIN, příprava na jednání, cíle jednání, taktiky jednání, průběh (fáze) jednání
- Zvládnutí technik odhalování potřeb zákazníků, jednání se zákazníky a aplikace technik na jednotlivé fáze jednání s důrazem na námitky, cenová jednání a námitky
- Prezentace ceny v osobním přímém obchodním jednání

Mezinárodní prodej a interkulturní aspekty komunikace, základní principy chování při jednání s jinou kulturou

- Analýza prvků mezinárodního prostředí prodeje, odlišnosti, příprava na mezinárodní jednání a prodej
- Odlišnosti komunikace a pochopení interkulturních rozdílů v chování, jednání, komunikaci a realizaci obchodního a osobního jednání

- Analýza rizik a faktorů ovlivňujících přípravu a realizaci mezinárodního prodeje (obchod Operace v ZO a formy vstupů na trhy)
- Operace v ZO a formy vstupů na trhy, zvláštnosti obchodních operací a marketingového mixu v mezinárodním obchodu (cena, komunikace, distribuce, produkt, lidé)

Role manažera, úkoly, manažerské techniky, dovednosti manažerů při řízení prodeje

- Úkoly, role, vlastnosti a dovednosti manažera prodeje.
- Osobnostní rysy a dovednosti lídra.
- Typologie řídicích stylů a její využití v konkrétních podmínkách firmy.
- Zásady vedení pracovního týmu obchodních zástupců (prodavačů).
- Základní principy přípravy a vedení pracovních porad prodejního týmu.
- Doporučený postup při řešení konfliktu v prodejním týmu.
- Externí a interní manažerské techniky, umění řešení problémů
- Základní sociální dovednosti – postoje, hodnoty
- Týmová práce, důvěra. Delegování, práce v týmu a vedení týmu, odborná příprava týmu

Psychohygiena a řízení času

- Určování priorit a efektivní řízení času členů prodejního týmu
- Umění delegovat, význam a účel delegování
- Efektivita využívání času v práci manažera a prodejců

Systém řízení prodeje a vliv na prodejní výsledky

- Úloha a význam řízení, organizace prodejců, struktura a procesy prodejní organizace, řízení prodeje jako proces
- Důležitost a formy komunikace firmy, vnější a vnitřní zákazník
- Motivace a školení prodejců a manažerů, faktory motivace, stimuly
- Dovednost stanovení reálných měřítek výkonu kvantitativních a kvalitativních
- Měření výkonů, hodnocení výkonů, stanovení měřítek pro měření a hodnocení výkonů prodejců, stupně kvalifikace prodejců při školení
- Zvládnutí náboru a výběru pracovníků,
- Potřeby a teorie motivace a očekávání
- Styly řízení

Prognózování prodeje

- Porozumění významu a typu prognóz,
- Tvorba prognóz-analýzy stavů a výhledy-indexy, bazické a souhrnné,
- Kvalitativní techniky prognózování, panel. Delfská technika prognózy prodeje,
- Kvantitativní techniky prognózování
- Časové řady, korelační a regresní modely, indexy tržních faktorů-kritéria pro tvorbu prognóz, přesnost, problémy při prognózování

Finanční výsledky, ekonomika činnosti prodejců a prodeje

- Základní ekonomické ukazatele v prodeji- marže, typy marží, výpočet marže, náklady, bod zvratu, analýzy bodu zvratu, efektivita prodeje, srovnání metod prodeje,
- Analýzy odchylek plánovaných a skutečných výsledků
- Propojení ekonomických výsledků na zákazníky a KAM
- Pohledávky a jejich řízení
- Realizace prodeje a výsledky prodeje
- Význam a typy prodejních rozpočtů

	<ul style="list-style-type: none"> Sestavování prodejních rozpočtů, metody sestavování rozpočtů, postupy, rozpočtování shora dolů a zezdola nahoru, ROE, ROI, alternativy v rozpočtování, pružnost a závaznost rozpočtů Dovednost stanovení základních ukazatelů, jejich odchylek a dovednost učení faktorů změny, příčin změn a důsledků, které tyto příčiny vyvolaly <p><u>Tvorba prodejního plánu</u></p> <ul style="list-style-type: none"> obsah a proces tvorby plánu, dovednost sestavení plánu, dovednost navrhnout implementaci a controlling plánu Aktualizace plánů a kroků při přípravě plánu, nutnost zahrnutí aktuálních trendů a vývoje na trhu při plánování a sestavování plánu Prezentační dovednosti plánu Umění přesvědčit a argumentovat při sestavování a obhajobě plánů Umění vyžádat a zpracovat informace pro tvorbu plánu 	
Kvalifikační úroveň dle EQF/NSP a kompetence	Úroveň NSK (model EQF) Stupeň 5 Kategorie vzdělání dle KKOV – N	
Požadované vzdělání	Středoškolské, maturita a vyšší úroveň, odborné nebo všeobecné	Alternativně přípravný odborný kurz, který je akreditován a má minimálně 100 hodin rozsah
Požadovaná praxe	Min. 6 měsíců v oblasti řízení marketingu nebo prodeje	Praxe může být alternativně nahrazena účastí v přípravném odborném akreditovaném kurzu v rozsahu minimálně 100 hodin
Další podmínky pro uchazeče o certifikaci		
Podmínky udělení/získání certifikátu		
Certifikační zkouška rozsah	Zkouška se skládá ze samostatné písemné části formou testu a písemné části formou řešení případové studie. Třetí část zkoušky je tvořena samostatnou ústní částí. Podmínky zkoušky jsou dány příslušným zkušebním řádem.	Pro účast na certifikaci je nutno do stanoveného termínu předat řádně vyplněnou žádost o certifikaci, kterou certifikační orgán potvrdí dle stanovených podmínek.
Popis náplně certifikační zkoušky	<ol style="list-style-type: none"> Test 20 otázek s možností výběru odpovědí (zahrnuje i početní příklady) - čas: 30 minut Případová studie – zkouškové požadavky viz odborné dovednosti prokazované certifikací, náhodný výběr problematiky pro až 10 otevřených otázek (s možností dalších podotázek)-čas: 1 hodina a 30 minut Ústní zkouška- 15-30 minut, otázky komisařů, prezentace, obhajoba řešení apod. 	Detaily průběhu a realizace uvedeny v příslušném zkušebním řádu pro dané certifikační schéma/typ certifikace.
Kritéria pro splnění certifikační	1. Dodržení podmínek certifikačního procesu certifikačního orgánu ze strany uchazeče	Bod 1. se týká zejména případného porušování podmínek zejména zkušebního řádu, případně dalších

zkoušky a udělení certifikátu	<p>2. Získání potřebného počtu bodového hodnocení v testové části ve výši 13 bodů a 65% z celkového bodového obsahu případové studie.</p> <p>3. Dosažení průměrného hodnocení minimálně 6,5 (z 10), tj. z ústní části ve výši 65%</p>	smluvních podmínek včetně nutnosti podpisu dohody o vydání certifikátu.
Požadovaná odborná způsobilost	Odpovídá odborným dovednostem a odborným znalostem jak uvedeno výše ve schématu	Požadované odborné znalosti a dovednosti jsou například kompatibilní s akreditovanými certifikovanými kurzy CIMA,
Další podmínky pro získání certifikátu	<p>Dodržování smluvních a dalších podmínek, zkušebních a organizačních řádů a opatření certifikačního procesu certifikační sekce pro daný typ certifikace/certifikační schéma. Pro vydání certifikátu je nutné uzavřít dohodu, která specifikuje etické a právní jednání držitele certifikátu:</p> <p>Certifikát smí používat pouze jeho držitel a to v rozsahu a platnosti příslušné odborné kvalifikace, certifikát nesmí být využíván způsobem, který by neodpovídal obsahu, rozsahu nebo platnosti certifikátu, diskreditoval certifikační orgán ve smyslu zavádějících nebo neautorizovaných prohlášení, odkazů na certifikační orgán v případě pozastavení nebo odnětí certifikátu. Držitel certifikátu je povinen udržovat získanou způsobilost na aktuální úrovni a projít procesem dozorování.</p>	
Platnost certifikátu	5 let, v případě splnění podmínek dozorování držitele certifikátu	Možnost opakované certifikace
Udržování certifikátu	Držitel certifikátu předává ve stanoveném období 28-36 měsíců od vydání zpracovaný dotazník pro dozorování. V případě nesplnění podmínek dozorové činnosti mohou být vyžádány dodatečné podklady, stanoven pohovor s držitelem nebo ověření kompetencí formou zkoušky. U negativním výsledku dozoru je možnost pozastavení platnosti certifikátu nebo až odnětí certifikátu	V případě nesplnění podmínek dozoru nelze provést opakovanou certifikaci. Podmínky pro dohled- proces dozoru jsou na www.certifikace-cima.cz
Opakovaná certifikace (recertifikace)	Prodloužení platnosti certifikátu formou opakované certifikace (recertifikace), Opakovaná certifikace je obvykle zahájena nejpozději 3 měsíce před ukončením stanovené doby platnosti certifikátu vydávaného Certifikační sekcí CS CIMA a netýká se případů pozastavení nebo odnětí certifikátu. Probíhá formou zpracovaného dotazníku pro prověření udržování a úrovně	Podmínky, obsah, rozsah opakované certifikace jsou uveřejněny na www.certifikace-cima.cz

	<p>získaných kompetencí uchazeče zkoušky v elektronické podobě formou testu. Podmínky zkoušky jsou určovány každoročně od září běžného roku.</p>	
<p>Pozastavení platnosti a odnětí certifikátu</p>	<p>Pozastavení platnosti certifikátu nastává v případech:</p> <ol style="list-style-type: none"> Porušování podmínek pro držení certifikátu a využívání certifikace v rozporu s ustanovením certifikačního schématu a Statutu certifikace Neplnění podmínek dozoru ze strany certifikované osoby včetně nevyřešení problémů v době stanovené Neplnění podmínek Dohody o vydání a převzetí certifikátu držitelem certifikátu <p>Odebrání certifikátu nastává v případech:</p> <ol style="list-style-type: none"> Hrubého a soustavného porušování podmínek pro držení certifikátu a využívání certifikace v rozporu s ustanovením Statutu certifikace Nesplnění podmínek dozoru ze strany certifikované osoby dle Statutu certifikace Nesplnění podmínek a hrubé a soustavné narušování je řádně zdokumentováno, auditováno radou pro certifikaci a rozhodnutí je odůvodněno. 	
<p>Certifikát</p>	<p>V případě splnění podmínek certifikace pro dané schéma/typ certifikace je úspěšnému uchazeči vydán certifikát, který splňuje podmínky</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Jméno a příjmení certifikované osoby ▪ Název (logo, značku) certifikačního orgánu ▪ Datum narození uchazeče a fakultativně místo narození uchazeče ▪ Datum vydání osvědčení (nebo datum zkoušky) ▪ Typ certifikace název odborné kvalifikace), název funkce, odkaz na datovaný dokument se specifikací požadavků ▪ Datum zahájení účinnosti certifikátu, pokud jím není rozuměno datum vydání nebo zkoušky a platnosti certifikátu ▪ Platnost (doba platnosti) vydaného certifikátu ▪ Pokud je funkce akreditovaná, má certifikát akreditační značku propůjčenou od akreditačního orgánu <p>Materiál, ze kterého je certifikát, obsahuje prvky proti zneužití.</p>	
<p>Přezkoumání a validace certifikačního schématu</p>	<p>Zajišťuje certifikační orgán, zkušební komise a rada pro certifikaci pravidelně a systematicky formou vyhodnocení a dozorů jednou za sledované období</p>	