

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ

Στέλεχος Υποστήριξης Marketing





ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ



ΣΤΕΛΕΧΟΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Εκδόσεις				
Περιγραφή	Έτος	Φορέας συντονισμού ομάδας εκπόνησης	Συνεργαζόμενος/οι φορέας/εις	Ομάδα εκπόνησης ΕΠ
Πρώτη έκδοση	2008	ΚΕΚ ΙΝΕ/ΓΣΕΕ	Κ.Α.ΕΛ.Ε/ΕΣΕΕ	• Παπαδόγαμβρος Βασίλης • Λιονάκης Κωνσταντίνος • Μπουρλετίδης Κωνσταντίνος • Γεράκος Ηλίας
Πρώτη αναθεωρημένη έκδοση	2023	Κ.Α.ΕΛ.Ε/ΕΣΕΕ	ΙΝΕ ΓΣΕΕ	• Οδυσσέας Κόλλιας • Ελευθερία Αθανασίου • Φώτιος Λαζαρίνης • Μαρίνα Κυριακού • Ιωάννα Σακέττα

**Το παρόν Επαγγελματικό Περίγραμμα πιστοποιήθηκε
με την υπ' αριθ. πρωτ.: 53242/28-11-2024 Απόφαση
της 605^{ης}/28.11.2024 Συνεδρίασης του Δ.Σ. του Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π.**

Συγγραφέας

Οδυσσέας Κόλλιας

Εμπειρογνώμονας/ες επαγγέλματος

Ελευθερία Αθανασίου

Εμπειρογνώμονας εκπρόσωπος

Μαρίνα Κυριακού

Ιωάννα Σακέττα

Σύμβουλος

Φώτιος Λαζαρίνης

Το περιεχόμενο της παρούσας μελέτης διαμορφώθηκε από ομάδα εκπόνησης υπό την εποπτεία του **ΚΑΕΛΕ** με βάση μεθοδολογικές προδιαγραφές και ειδικά πρότυπα που αναπτύχθηκαν από τα Ινστιτούτα ΙΝΕ ΓΣΕΕ και ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ και εγκρίθηκαν από τον Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π., στο πλαίσιο της Πράξης «Ανάπτυξη, Επικαιροποίηση και Πιστοποίηση Επαγγελματικών Περιγραμμάτων και Πλαισίων Εκπαιδευτικών Προδιαγραφών Προγραμμάτων» με κωδικό **ΟΠΣ (MIS) 5075008** στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού, Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση».

Η Πράξη υλοποιήθηκε με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο – Ε.Κ.Τ.).

Οι συμπράττοντες φορείς που σχεδίασαν και υλοποίησαν την Πράξη είναι:

(α) Τα επιστημονικά Ινστιτούτα των κοινωνικών εταίρων ΓΣΕΕ, ΣΕΒ, ΓΣΕΒΕΕ, ΕΣΕΕ, ΣΕΤΕ:

- Ινστιτούτο Εργασίας Γενικής Συνομοσπονδίας Εργατών Ελλάδος (ΙΝΕ ΓΣΕΕ),
- Ανώνυμη Εταιρεία Αναπτυξιακών Δράσεων Στέγη της Ελληνικής Βιομηχανίας,
- Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ)
- Κέντρο Ανάπτυξης Ελληνικού Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (ΚΑΕΛΕ ΕΣΕΕ),
- Ινστιτούτο Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) και

(β) ο Εθνικός Οργανισμός Πιστοποίησης Προσόντων & Επαγγελματικού Προσανατολισμού (Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π.).

Συντονιστής φορέας της σύμπραξης ήταν το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ.

Ομάδα διοίκησης και διαχείρισης του έργου αποτέλεσαν οι:

- Παρασκευάς Λιντζέρης (Υπεύθυνος Πράξης), Γεωργία Μιχαλοπούλου, Κωνσταντίνα Λουλούδη (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ - συντονιστής σύμπραξης),
- Δήμητρα Δέδε, Μαρίνα Κατσιμάνη (Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π.),
- Χρήστος Γούλας, Ρένα Βαρβιτσιώτη, Ιάκωβος Καρατράσογλου, Παναγιώτης Νάτσης (ΙΝΕ ΓΣΕΕ),
- Τέσσα Μίχου, Χριστίνα Παππά, Ελευθερία Ρώμα (ΣΤΕΓΗ της ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ),
- Δημήτρης Πρίφτης, Χρήστος Συρομάχος, Μαρία Περγιουδάκη, Δέσποινα Ρέππα, Πηνελόπη Γιαννακοπούλου (ΚΑΕΛΕ ΕΣΕΕ),
- Μιχάλης Κυριακίδης, Γιώργος Δαλκίδης, Αναστασία Αντωνοπούλου (ΙΝΣΕΤΕ).

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	6
ABSTRACT	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
ΣΥΝΟΨΗ.....	10
ΕΝΟΤΗΤΑ Α: «Τίτλος και ορισμός του επαγγέλματος».....	16
A.1 Προτεινόμενος γενικός τίτλος του επαγγέλματος	16
A.2 Ορισμός του επαγγέλματος.....	16
A.3 Αντιστοίχιση με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Επαγγελμάτων και Κλάδων Οικονομίας.....	16
A.4 Ιστορική εξέλιξη του επαγγέλματος.....	16
A.5 Οικονομία και επιχειρηματικό περιβάλλον.....	17
A.6 Εργασία, ανθρώπινο δυναμικό και συνθήκες απασχόλησης.....	18
A.7 Συνδικαλιστικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα, έντυπα ή άλλα μέσα ή πηγές πληροφόρηση.....	20
A.8 Θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του επαγγέλματος.....	21
A.9 Τεχνολογίες / τεχνολογικές αλλαγές που επηρεάζουν το επάγγελμα.....	21
A.10 Εξελίξεις αναφορικά με την κλιματική αλλαγή και την περιβαλλοντική προστασία που επηρεάζουν το επάγγελμα.....	21
ΕΝΟΤΗΤΑ Β: «Ανάλυση του επαγγέλματος ή/και ειδικότητας – Προδιαγραφές»	24
ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: «Απαιτούμενες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες»	24
ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: «Υφιστάμενες και προτεινόμενες διαδρομές για την απόκτηση των απαιτούμενων προσόντων»	42
ΕΝΟΤΗΤΑ Ε «Ενδεικτικοί τρόποι αξιολόγησης των απαιτούμενων γνώσεων και δεξιοτήτων»	44
Κατάλογος συντομογραφιών	47
Βιβλιογραφικές Αναφορές.....	48
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ. Πλαίσιο εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων επαγγελματικής εκπαίδευσης/κατάρτισης.....	51

Η παρούσα μελέτη αφορά στο επαγγελματικό περίγραμμα του «Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ» και αποτελεί επικαιροποίηση του προηγούμενου επαγγελματικού περιγράμματος του φορέα.

Το Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ, σε συνεργασία με άλλα στελέχη, συμμετέχει σε έρευνες αγοράς, μελετά τον ανταγωνισμό και συμβάλλει στις διαδικασίες σχεδιασμού, εισαγωγής, ανάπτυξης και τιμολόγησης των προϊόντων και των υπηρεσιών της Επιχείρησής του/της. Συγκεντρώνει και επεξεργάζεται στοιχεία για τις πωλήσεις, τις επενδύσεις και το κέρδος. Συνεργάζεται με ειδικούς για τη διαφήμιση και τη προώθηση των προϊόντων. Συμμετέχει στην οργάνωση και υλοποίηση εκθέσεων καθώς και στην εφαρμογή τεχνικών προώθησης πωλήσεων και πρακτικών δημοσίων σχέσεων. Επιμελείται τη παρουσία της επιχείρησης στο διαδίκτυο. Φροντίζει για, την ικανοποίηση της πελατείας και τη διαχείριση των τυχόν παραπόνων που προκύπτουν.

Μπορεί να εργασθεί σε ποικίλες Επιχειρήσεις και Οργανισμούς όπου φροντίζει για την ποιοτική παραγωγή, προβολή και διάθεση των προϊόντων και των υπηρεσιών, καθώς και για τη προώθηση του κύρους της Επιχείρησης/Οργανισμού, ζωντανά και ψηφιακά.

Ο τομέας του Μάρκετινγκ, στον οποίο ανήκει το επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ, είναι ένας δυναμικός κλάδος που εξελίσσεται διαρκώς, παράλληλα με τις καταναλωτικές τάσεις και την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών.

Για τη διευκόλυνση τόσο της συγγραφής όσο και των αναγνωστών/τριών σε κάποια σημεία έχει κρατηθεί ένα γένος στην περιγραφή, που είναι το αρσενικό.

ABSTRACT

The present study concerns the occupational profile of the "Marketing Assistant Executive" and updates the sector's previous program.

The Marketing Assistant Executive, in collaboration with other executives, participates in market research, examines the competition and contributes to the planning, introduction, development and pricing processes of his or her Company's products and services. Collects and processes data on sales, investments and profit. Collaborates with specialists in advertising and product promotion. Participates in the organization and implementation of exhibitions as well as in the implementation of sales promotion techniques and public relations practices. Manages the company's online presence. He/ She takes care of customer satisfaction and the management of any complaints that may arise.

He/ She can work in a variety of Businesses and Organizations where he/she secures the quality of products and services and their proper promotion and distribution. Also promotes the prestige of the brand of his/her Business/Organization, in person and online.

The field of Marketing, to which the Marketing Assistant Executive profession belongs, is a dynamic industry that is changes constantly, along with consumer trends and the development of new technologies.

For the convenience of both the author and the readers, in some places in the description a gender has been reserved, which is male.

Η παρούσα μελέτη περιλαμβάνει το επαγγελματικό περίγραμμα και το πλαίσιο εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης για το επάγγελμα του/της Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ.

Το επαγγελματικό περίγραμμα συνιστά μια κωδικοποιημένη αποτύπωση του περιεχομένου του επαγγέλματος, καθώς και των απαιτούμενων για την άσκησή του προσόντων, όπως ορίζονται στην υπ' αριθμ. 110988 ΚΥΑ (ΦΕΚ 566/8.5.06) με περιεχόμενο «Πιστοποίηση Επαγγελματικών Περιγραμμάτων». Αντίστοιχα, το πλαίσιο εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης αξιοποιεί στο ακέραιο την «πρώτη ύλη» του επαγγελματικού περιγράμματος και διατυπώνει τις ελάχιστες βασικές προδιαγραφές που προηγούνται του κάθε εκπαιδευτικού σχεδιασμού, ανεξάρτητα από τα ιδιαίτερα θεσμικά του χαρακτηριστικά.

Η δομή, το περιεχόμενο και ο τρόπος παρουσίασης της μελέτης, δίνει τη δυνατότητα αξιοποίησής της από πολλαπλές ομάδες απεύθυνσης, εξυπηρετώντας διαφορετικούς κάθε φορά σκοπούς.

Ειδικότερα, μπορεί να αξιοποιηθεί από:

- εργαζόμενους ή ανέργους, ως εργαλείο πληροφόρησης για το επάγγελμα ή περιγραφής και τεκμηρίωσης των γνώσεων/δεξιοτήτων/ικανοτήτων τους,
- υπηρεσίες απασχόλησης και συμβουλευτικής σταδιοδρομίας, κατά τη παροχή των υπηρεσιών τους
- φορείς εκπαίδευσης/κατάρτισης, για να προσαρμόσουν τα προγράμματά τους,
- επιχειρήσεις, για να περιγράψουν με μεγαλύτερη ακρίβεια τις δεξιότητες και τα προσόντα των εργαζομένων στις σχετικές θέσεις εργασίας.

Η μελέτη ακολουθεί ένα δομημένο πρότυπο με συγκεκριμένες μεθοδολογικές προδιαγραφές που ορίζονται στις *Προδιαγραφές Εκσυγχρονισμένης Μεθοδολογίας, Προτύπων και Εργαλείων Εκπόνησης Επαγγελματικών Περιγραμμάτων και Πλαισίων Προδιαγραφών Προγραμμάτων*², οι οποίες εγκρίθηκαν με την υπ' αριθμ. ΓΔ/12832/15-04-21 Απόφαση της υπ' αριθμ. 443ης/14-04-21 Συνεδρίασης του Δ.Σ. του Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π.

Συγκεκριμένα, η μελέτη εμπεριέχει: i) την εισαγωγή, ii) τη σύνοψη του επαγγελματικού περιγράμματος, iii) την ανάλυση του επαγγελματικού περιγράμματος, iv) τη βιβλιογραφία και v) το Πλαίσιο Εκπαιδευτικών Προδιαγραφών Προγραμμάτων.

i) Η **εισαγωγή** προσδιορίζει αδρά το περιεχόμενο της μελέτης και τον τρόπο αξιοποίησής της.

ii) Η **σύνοψη** του επαγγελματικού περιγράμματος, παρουσιάζει περιληπτικά τις βασικές πληροφορίες της ανάλυσης του επαγγέλματος.

iii) Η **ανάλυση του επαγγελματικού περιγράμματος** περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες:

- Ενότητα Α: Τίτλος και ορισμός του επαγγέλματος / ειδικότητας.
- Ενότητα Β: Ανάλυση του επαγγέλματος / ειδικότητας – «προδιαγραφές».

¹ Όπου στο κείμενο του επαγγελματικού περιγράμματος αναφέρεται ο όρος «Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης» ή το αρκτικόλεξο «Ι.Ε.Κ.», νοούνται οι Σχολές Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης ή το αρκτικόλεξο «Σ.Α.Ε.Κ.», αντίστοιχα. Σχετ. παρ.2, άρθρο 3 του ν. 5082/2024 (Α'9)

² Καραλής, Θ., Μαρκίδης, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ., Νάτσας, Π., Καρατράσση, Ι., Παπαευσταθίου, Κ., Γούλας, Χ., & Λιντζέρης, Π. (2021) *Μεθοδολογικές προσεγγίσεις ανάπτυξης επαγγελματικών περιγραμμάτων και πλαισίων εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων*, Αθήνα: ΙΝΕ ΓΣΕΕ.

- Ενότητα Γ: Απαραίτητες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες για την άσκηση του επαγγέλματος / ειδικότητας.
- Ενότητα Δ: Προτεινόμενες διαδρομές για την απόκτηση των απαιτούμενων προσόντων.
- Ενότητα Ε: Ενδεικτικοί τρόποι αξιολόγησης των απαιτούμενων γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων.

Στην Ενότητα Α καταγράφονται οι γενικότερες συνθήκες άσκησης του επαγγέλματος, οι τεχνολογικές και άλλες αλλαγές που το επηρεάζουν, οι προοπτικές του επαγγέλματος στην αγορά εργασίας και των κλάδων δραστηριότητας στους οποίους ασκείται, καθώς και οι ρυθμίσεις που ισχύουν σχετικά με την άσκσή του.

Στην Ενότητα Β αποτυπώνεται το περιεχόμενο του επαγγέλματος. Αναλύεται σε Κύριες Επαγγελματικές Λειτουργίες (ΚΕΛ₁ έως ΚΕΛ_ν), κάθε ΚΕΛ αναλύεται σε Επιμέρους Επαγγελματικές Λειτουργίες (ΕΕΛ) και κάθε ΕΕΛ σε Επαγγελματικές Εργασίες (ΕΕ). Για κάθε ΕΕΛ προσδιορίζονται τα Κριτήρια Επαγγελματικής Ανταπόκρισης (ΚΕΑ) και το Εύρος Εφαρμογής (ΕυΕ) της.

Στην Ενότητα Γ αναλύονται οι απαιτούμενες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες που είναι απαραίτητες για την αποτελεσματική εκτέλεση κάθε ΕΕΛ.

Στην Ενότητα Δ καταγράφονται οι διαδρομές για την απόκτηση των απαιτούμενων προσόντων.

Στην Ενότητα Ε οι ενδεικτικοί τρόποι αξιολόγησης των απαιτούμενων γνώσεων και δεξιοτήτων.

iv) Στη βιβλιογραφία παρατίθενται βιβλία, άρθρα κ.λπ. πάνω στα οποία στηρίζεται η συγγραφή των ενότητων του επαγγελματικού περιγράμματος ενώ, παράλληλα, συνιστούν προτάσεις για περαιτέρω μελέτη και εμβάθυνση στο αντικείμενο ή στο επάγγελμα.

Για την ανάπτυξη της παρούσας μελέτης συστάθηκε ομάδα εργασίας στην οποία συμμετείχαν ο Οδυσσέας Κόλλιας (συγγραφέας), η Ελευθερία Αθανασίου (εμπειρογνώμονας εκπρόσωπος στο υπό εξέταση επάγγελμα) και οι Φώτιος Λαζαρίνης και Μαρίνα Κυριακού (εμπειρογνώμονες επαγγέλματος).

Η τελική σύνθεση του Επαγγελματικού Περιγράμματος πραγματοποιήθηκε από τον συγγραφέα, υπό την επιστημονική εποπτεία και τον συντονισμό των επιστημονικών στελεχών του ΚΑΕΛΕ Δημήτρη Πρίφτη, Χρήστου Συρομάχου και Μαρίας Περγιουδάκη.

Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ

Το Στέλεχος υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι ο επαγγελματίας, ο οποίος σε συνεργασία με άλλα στελέχη συμμετέχει στην υλοποίηση των προγραμμάτων και των αποφάσεων των ανωτέρων στελεχών μιας επιχείρησης, που αναφέρονται στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών, στην προώθηση και προβολή τους, καθώς και στην επιλογή και ανάπτυξη των δικτύων διανομής και διάθεσής τους.

Ειδικότερα, συμμετέχει στις παρακάτω ενέργειες:

- έρευνες αγοράς και μελέτη του ανταγωνισμού
- διαδικασίες σχεδιασμού, εισαγωγής, ανάπτυξης και τιμολόγησης των προϊόντων και των υπηρεσιών της Επιχείρησης που απασχολείται.
- συγκέντρωση και επεξεργασία στοιχείων για τις πωλήσεις, τις επενδύσεις και το κέρδος
- συνεργασία με ειδικούς για τη διαφήμιση και την προώθηση των προϊόντων.
- οργάνωση και υλοποίηση εκθέσεων καθώς και εφαρμογή τεχνικών προώθησης πωλήσεων και πρακτικών δημοσίων σχέσεων.
- επιμέλεια της παρουσίας της επιχείρησης στο διαδίκτυο.
- μέριμνα για την ικανοποίηση της πελατείας και τη διαχείριση των τυχόν παραπόνων που προκύπτουν.

Απασχολείται σε τμήματα ή διευθύνσεις της εμπορικής λειτουργίας, των επιχειρήσεων του δημοσίου ή ιδιωτικού τομέα.

Ο τομέας του Μάρκετινγκ είναι ένας δυναμικός κλάδος που εξελίσσεται διαρκώς, παράλληλα με τις καταναλωτικές τάσεις και την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών.

Συχνά το επάγγελμα αναφέρεται σαν «υπάλληλος γραφείου», συνθήκη που προκύπτει από την ανάγκη δήλωσης της «ειδικότητας» του/της εργαζόμενου/ης κατά την πρόσληψή του/της, ώστε να προσδιορίζεται το ρυθμιστικό πλαίσιο της εργασιακής σχέσης και του ασφαλιστικού καθεστώτος.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Το Στέλεχος υποστήριξης Μάρκετινγκ απασχολείται σε τμήματα ή διευθύνσεις της εμπορικής λειτουργίας, των επιχειρήσεων του δημοσίου ή ιδιωτικού τομέα. Τα καθήκοντά του μπορεί να τα εκτελέσει ανάλογα με τις απαιτήσεις τους στους παρακάτω χώρους:

- Χώρος γραφείου
- Χώροι όπου γίνονται εκδηλώσεις
- Χώροι εκθέσεων
- Χώροι όπου υπάρχουν πελάτες (επιχειρήσεις του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα).

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΣΚΗΣΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ

Δεν απαιτούνται ειδικές προϋποθέσεις για την άσκηση του επαγγέλματος του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ. Τα τελευταία χρόνια, Κέντρα Διά Βίου Μάθησης παρέχουν εξειδικευμένα σεμινάρια και πιστοποιήσεις για διάφορες ειδικότητες. Η πιστοποίηση όμως δεν αποτελεί προϋπόθεση για την άσκηση του επαγγέλματος.

ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΑΠΟΚΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΟΝΤΩΝ

Οι υφιστάμενες εκπαιδευτικές διαδρομές είναι αυτές που προσδιορίζονται από νομοθετικές ρυθμίσεις, οι οποίες είναι σε ισχύ και περιγράφουν τις προϋποθέσεις για την απόκτηση επαγγελματικών αδειών και επαγγελματικών δικαιωμάτων για ένα συγκεκριμένο επάγγελμα.

Για το παρόν επαγγελματικό περίγραμμα δεν απαιτείται άδεια άσκησης επαγγέλματος.

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

Οι παρακάτω διαδρομές δείχνουν τις εναλλακτικές επιλογές ως προς τα βήματα που μπορεί να ακολουθήσει κάποιος για να αποκτήσει τα απαιτούμενα προσόντα άσκησης του επαγγέλματος «Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ».

- **Δίπλωμα επιπέδου 5 του Ε.Π.Π. Σχολής Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης Σ.Α.Ε.Κ (πρώην ΙΕΚ), στην ειδικότητα «Στέλεχος Εμπορίας και Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)» του Ν.4186/2013**
- **Δίπλωμα επιπέδου 5 του ΕΠΠ Σχολής Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης Σ.Α.Ε.Κ (πρώην ΙΕΚ) των ειδικοτήτων: «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας», «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα της Ναυτιλίας», «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού», «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα της Υγείας» και συναφή επαγγελματική εμπειρία έξι (6) μηνών, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος,**
ή
Δίπλωμα επιπέδου 5 του ΕΠΠ Μεταλυκειακού Έτους - Τάξη Μαθητείας των ΕΠΑ.Λ της ειδικότητας «Υπάλληλος Διοίκησης και Οικονομικών Υπηρεσιών» και συναφή επαγγελματική εμπειρία έξι (6) μηνών, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.
- **Πτυχίο ΕΠΑΛ επιπέδου 4 του ΕΠΠ στην ειδικότητα «Υπάλληλος Εμπορίας και Διαφήμισης» συναφής επαγγελματική εμπειρία έξι (6) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.**
- **Πτυχίο ΕΠΑΛ, επιπέδου 4 του ΕΠΠ, «Υπάλληλος Διοίκησης και Οικονομικών Υπηρεσιών» ή ισότιμοι τίτλοι, συναφής επαγγελματική εμπειρία ένα (1) έτος, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.**
- **Πτυχίο Επαγγελματικών Σχολών (ΕΠΑ.Σ) Μαθητείας του ΟΑΕΔ του ν. 4763/2020 (Α' 254), επιπέδου 3 του ΕΠΠ, της ειδικότητας «Υπάλληλων Οικονομικών Καθηκόντων» ή ισότιμοι τίτλοι, συναφής επαγγελματική εμπειρία δεκαοκτώ (18) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.**
- **Απολυτήριο Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης - Συναφής επαγγελματική εμπειρία 2 ετών - Συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.**

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΟΡΓΑΝΩΣΕΙΣ

- Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος (ΟΙΥΕ)
- Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος (ΓΣΕΕ)
- Ευρωπαϊκής της Περιφερειακής Οργάνωσης UNI – Europa.
- Διεθνή Ομοσπονδία «UNION NETWORK INTERNATIONAL (U.N.I.)
- Σύλλογοι Εμποροϋπαλλήλων / Υπαλλήλων
- Σωματεία εργαζομένων

ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ

- Υποστηρίζει τις ενέργειες Μάρκετινγκ
- Συμβάλλει στη ψηφιακή προώθηση της Επιχείρησης και των προϊόντων
- Υποστηρίζει τη συμμετοχή της εταιρίας σε εκθέσεις
- Συμμετέχει σε έρευνες αγοράς
- Αναζητά στοιχεία για τον ανταγωνισμό
- Συμμετέχει στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών
- Ενισχύει τις σχέσεις με την πελατεία
- Διαχειρίζεται παράπονα της πελατείας
-

- Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ
- Βασικές Αρχές Επικοινωνίας
- Βασικές γνώσεις αρχών Διαπραγμάτευσης
- Τεχνικές παρουσίασης
- Προγράμματα επεξεργασίας κειμένων
- Βασικές γνώσεις δημοσίων σχέσεων
- Κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς
- Αρχές ομαδικής εργασίας
- Βασικές αρχές Οργάνωσης, Διοίκησης και Οικονομίας
- Βασικές γνώσεις διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας-Logistics
- Βασικές αρχές διαχείρισης και επίλυσης προβλημάτων
- Βασικές γνώσεις τμηματοποίησης της αγοράς
- Βασικές αρχές B2B και B2C Μάρκετινγκ
- Εφαρμογές αυτοματισμού γραφείου και υπηρεσιών διαδικτύου
- Βασικές Αρχές ψηφιακού Μάρκετινγκ
- Ηθική στα μέσα επικοινωνίας
- Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας
- Βασικές αρχές χρήσης προγραμμάτων διαχείρισης εικόνας
- Αρχές σύνταξης εταιρικών κειμένων
- Βασικές αρχές e-commerce
- Βασικές αρχές και τεχνικές επιχειρησιακής επικοινωνίας
- Γνώση Αγγλικών
- Βασικές αρχές διακόσμησης
- Κανόνες υγείας και ασφάλειας
- Είδη εξοπλισμού εκθέσεων και τρόπος λειτουργίας τους
- Βασικές αρχές εξυπηρέτησης και πληροφόρησης πελατείας
- Βασικές τεχνικές πωλήσεων
- Γνώσεις δημοσίων σχέσεων
- Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας
- Βασικές γνώσεις ψυχολογίας καταναλωτή
- Βασικές αρχές και διαδικασίες έρευνας αγοράς
- Βασικές γνώσεις Στατιστικής (Περιγραφική Στατιστική)
- Γνώσεις χειρισμού αριθμητικών δεδομένων
- Συμπεριφορά καταναλωτή
- Χρήση λογισμικού στατιστικής επεξεργασίας
- Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών
- Ερμηνεία πληροφοριών από στατιστικούς πίνακες και διαγράμματα
- Βασικές γνώσεις Λογιστικής Κόστους
- Βασικές γνώσεις Στρατηγικού Μάρκετινγκ
- Έρευνα Αγοράς
- Τεχνικές διαδικασίες και ελάχιστες προδιαγραφές σύνταξης συνοπτικών αναφορών
- Γνώση σύνταξης αναφορών σε ανωτέρους
- Βασικές γνώσεις παραμέτρων κόστους-ωφέλειας
- Αναγνώριση των ειδών των οικονομικών και λογιστικών καταστάσεων και αναφορών
- Βασικές γνώσεις TQM
- Βασικές γνώσεις εξόρυξης δεδομένων, συγκέντρωσης και ταξινόμησης πληροφοριών με χρήση εφαρμογών Η/Υ
- Βασικές αρχές Merchandising
- Βασικές αρχές νομοθεσίας προστασίας του καταναλωτή
- Αρχές ομαδικής εργασίας
- Αναγνώριση οικονομικών και λογιστικών αναφορών
- Γνώσεις της διαδικασίας εκτίμησης των αναγκών, προτύπων ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης της πελατείας
- Βασικές γνώσεις δημιουργίας και χειρισμού συγκεντρωτικών πινάκων δεδομένων
- Βασικές αρχές διαχείρισης και επίλυσης προβλημάτων

- Επικοινωνία με πελάτες
- Σύνταξη εταιρικών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Δημιουργία περιεχομένου προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών
- Συντονισμός εκδηλώσεων
- Δημιουργία και ενημέρωση αρχείου συμμετεχόντων σε δράσεις/εκδηλώσεις
- Χρήση τεχνικών διαπραγματεύσεων
- Διαχείριση και οργάνωση χρόνου εργασίας
- Χρήση λογισμικού επεξεργασίας κειμένου
- Χρήση λογισμικού πλοήγησης στο διαδίκτυο
- Σύνταξη αναφορών και παρουσιάσεων
- Ανάπτυξη διαφημιστικού υλικού
- Αποτελεσματική εξυπηρέτηση
- Εφαρμογή κανόνων διαβίβασης πληροφοριών και προώθησης υπηρεσιακών εγγράφων
- Σύνταξη περιεκτικών παρουσιάσεων
- Χειρισμός υλικού προβολής
- Χρήση ψηφιακών εργαλείων για δημιουργία περιεχομένου
- Χρήση social media
- Διαχείριση mailing lists
- Δημιουργία περιεχομένου προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών
- Χρήση συστημάτων γραφείου
- Χρήση λογισμικού για τη δημιουργία παρουσιάσεων
- Τήρηση χρονοδιαγράμματος
- Συλλογή και αξιολόγηση πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών
- Ανάλυση και επεξεργασία δεδομένων
- Χρήση εργαλείων μέτρησης και ανάλυσης
- Αξιολόγηση εργαλείων μέτρησης
- Παραγωγή πινάκων, διαγραμμάτων και γραφικών παρουσιάσεων
- Ηλεκτρονική καταχώριση δεδομένων σε λίστες και βάσεις δεδομένων
- Επικοινωνία και παρουσίαση αποτελεσμάτων σε ομάδες
- Ανάλυση ανταγωνιστών
- Χρήση εργαλείων ή τεχνικών ανάλυσης καταναλωτικών συνθηκών και καταναλωτικής συμπεριφοράς του κοινού
- Εφαρμογή διαδικασιών συλλογής και ανάλυσης δεδομένων
- Ηλεκτρονική καταχώριση δεδομένων σε λίστες και βάσεις δεδομένων
- Χρήση εργαλείων μέτρησης και ανάλυσης
- Δημιουργία αναφορών και παρουσιάσεων για τα αποτελέσματα των μετρήσεων
- Επικοινωνία και παρουσίαση αποτελεσμάτων σε ομάδες
- Κατανόηση πελατών
- Ανάλυση των τάσεων της αγοράς
- Ανάλυση αναγκών του κοινού
- Ανάλυση αποτελεσμάτων και δημιουργία αναφορών
- Διαχείριση αρχείου πελατών
- Χρήση προγραμμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Χρήση σύγχρονων τεχνολογιών ενημέρωσης των αρχείων των πελατών (CRM)
- Διαχείριση μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Σύνταξη εταιρικών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Επίδειξη και παρουσίαση προϊόντων
- Παροχή συμβουλών σε πελάτες σχετικά με την επιλογή προϊόντων
- Προώθηση προϊόντων
- Χειρισμός αντιρρήσεων και παραπόνων πελατών
- Αναζήτηση και ταξινόμηση πληροφοριών
- Σύνταξη περιεκτικών αναφορών και παρουσιάσεων

ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Το επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ έχει ποικίλες μορφές, είτε στην δια ζώσης αγορά, είτε στην ηλεκτρονική αγορά. Για αυτό τον λόγο η εκπαίδευση, οι γνώσεις, οι ικανότητες και οι δεξιότητες ποικίλουν αντίστοιχα, κάνοντας με αυτό τον τρόπο την περιγραφή του επαγγέλματος περισσότερο ενδεικτική, παρά περιοριστική.

ΕΝΟΤΗΤΑ Α

ΤΙΤΛΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ



A.1 Προτεινόμενος γενικός τίτλος του επαγγέλματος

Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι το τίτλος με τον οποίο έχει προκηρυχθεί η συγγραφή του Επαγγελματικού Περιγράμματος. Στην αγορά έχει επικρατήσει και ο τίτλος Βοηθός Μάρκετινγκ ή Βοηθός Τμήματος Μάρκετινγκ, ακόμα και Βοηθός ψηφιακού Μάρκετινγκ. Ο τίτλος: «**Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ**» προτείνεται να παραμείνει ως έχει διότι καλύπτει την ευρύτητα του επαγγέλματος αυτού, που η χρησιμότητά του αναδεικνύεται μέσα από τη διάδοσή του στην αγορά.

A.2 Ορισμός του επαγγέλματος

Το Στέλεχος υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι ο επαγγελματίας, ο οποίος σε συνεργασία με άλλα στελέχη συμμετέχει στην υλοποίηση των προγραμμάτων και των αποφάσεων των ανωτέρων στελεχών μιας επιχείρησης, που αναφέρονται στο σχεδιασμό και την ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών, στην προώθηση και προβολή τους, καθώς και στην επιλογή και ανάπτυξη των δικτύων διανομής και διάθεσής τους.

Ειδικότερα, συμμετέχει στις παρακάτω ενέργειες:

- έρευνες αγοράς και μελέτη του ανταγωνισμού
- διαδικασίες σχεδιασμού, εισαγωγής, ανάπτυξης και τιμολόγησης των προϊόντων και των υπηρεσιών της Επιχείρησης που απασχολείται.
- συγκέντρωση και επεξεργασία στοιχείων για τις πωλήσεις, τις επενδύσεις και το κέρδος
- συνεργασία με ειδικούς για τη διαφήμιση και την προώθηση των προϊόντων.
- οργάνωση και υλοποίηση εκθέσεων καθώς και εφαρμογή τεχνικών προώθησης πωλήσεων και πρακτικών δημοσίων σχέσεων.
- επιμέλεια της παρουσίας της επιχείρησης στο διαδίκτυο.
- μέριμνα για την ικανοποίηση της πελατείας και τη διαχείριση των τυχόν παραπόνων που προκύπτουν.

Απασχολείται σε τμήματα ή διευθύνσεις της εμπορικής λειτουργίας, των επιχειρήσεων του δημοσίου ή ιδιωτικού τομέα.

Ο τομέας του Μάρκετινγκ είναι ένας δυναμικός κλάδος που εξελίσσεται διαρκώς, παράλληλα με τις καταναλωτικές τάσεις και την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών. Οι εξελίξεις στο ψηφιακό περιβάλλον και τη διαδικτυακή επικοινωνία έχουν δημιουργήσει νέες προοπτικές στον τομέα του μάρκετινγκ και έχουν επηρεάσει τον τρόπο με τον οποίο συνδέονται οι καταναλωτές με τα προϊόντα και τις αγορές.

A.3 Αντιστοίχιση με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Επαγγελμάτων και Κλάδων Οικονομίας.

Αντιστοίχιση με ΣΤΑΚΟΔ (Στατιστική Ταξινόμηση Κλάδων Οικονομικής Δραστηριότητας)

Το Επάγγελμα Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ περιέχει τις εξής δραστηριότητες:

73.20-0: Έρευνα αγοράς και δημοσκοπήσεις

70.21-0: Δραστηριότητες δημοσίων σχέσεων και επικοινωνίας

82.11-0: Συνδυασμένες διοικητικές δραστηριότητες γραφείου

82.30-0: Οργάνωση συνεδρίων και εμπορικών εκθέσεων

Πλησιέστεροι κωδικοί, αν και δεν είναι αντιπροσωπευτικοί, όπου ταξινομείται το επάγγελμα σε ISCO 08 είναι οι παρακάτω:

2431.10: σύμβουλος μάρκετινγκ

4419 Υπάλληλοι γραφείου π.δ.κ.α.

A.4 Ιστορική εξέλιξη του επαγγέλματος

Ο όρος μάρκετινγκ είναι παράγωγο της λατινικής λέξης mercatus που σημαίνει αγορά ή έμπορος. Η πρακτική του Μάρκετινγκ είναι γνωστή εδώ και χιλιετίες, καθώς μελέτες έχουν βρει στοιχεία διαφήμισης, επωνυμίας,

συσκευασίας και επισήμανσης στην αρχαιότητα. Τον 17^ο και 18^ο αιώνα έχουν εντοπιστεί πρακτικές Μάρκετινγκ σε ποικίλα μέρη του πλανήτη. Ο όρος Μάρκετινγκ που χρησιμοποιείται για να περιγράψει εμπορικές δραστηριότητες που βοηθούν στην αγορά και πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών εμφανίστηκε στα λεξικά τον 16^ο αιώνα όπου αναφερόταν στη διαδικασία αγοράς και πώλησης σε μια αγορά και έγινε δημοφιλής στα τέλη του 19^{ου} αιώνα. Ο όρος Μάρκετινγκ ως διαδικασία μετακίνησης αγαθών από τον παραγωγό στον καταναλωτή με έμφαση στις πωλήσεις και τη διαφήμιση εμφανίστηκε για πρώτη φορά στα λεξικά το 1897. Η μελέτη του Μάρκετινγκ σαν ακαδημαϊκό πεδίο εμφανίστηκε στις αρχές του 20^{ου} αιώνα. Οι εξελίξεις στη θεωρία του Μάρκετινγκ ενημερώνουν την πρακτική Μάρκετινγκ και το αντίστροφο. Το 1920 το Μάρκετινγκ έγινε αυτόνομο επιστημονικό αντικείμενο. Ενώ υπήρχε η θεωρία της αγοράς, της «προσφοράς και της ζήτησης», δηλαδή, το Μάρκετινγκ συνέβαλε στην διαμόρφωση της προσφοράς και της ζήτησης ώστε να ικανοποιούνται καταναλωτές και να αναπτύσσονται οι παραγωγοί. Τις δεκαετίες 1930-1940 τα στελέχη Μάρκετινγκ πραγματοποιούν τις πρώτες έρευνες αγοράς. Η εξέλιξη των κοινωνικών επιστημών συνέβαλε στην επανεκτίμηση του Μάρκετινγκ την δεκαετία του '50. Το Μάρκετινγκ παραμένει μια επιστήμη που συνεχώς εξελίσσεται, βρίσκεται ανάμεσα στην επιστημονική θεώρηση και την εμπορική πρακτική, καθώς επίσης συνεργάζεται με άλλες επιστήμες (όπως συμβαίνει π.χ. με Νευρομάρκετινγκ όπου συνεργάζεται με την Νευρολογία και τις κοινωνικές επιστήμες) για την εξαγωγή συμπερασμάτων, αρχών και κανόνων που εκσυγχρονίζουν τον τομέα. Το επάγγελμα αποκτά νέα δυναμική με την εξάπλωση του διαδικτύου, των ηλεκτρονικών αγορών και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης που δημιουργούν τις νέες συνθήκες της αγοράς.

A.5 Οικονομία και επιχειρηματικό περιβάλλον

Οι κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας όπου απασχολούνται τα Στελέχη Υποστήριξης Μάρκετινγκ εκτείνονται σε όλο το φάσμα του δευτερογενούς και του τριτογενούς τομέα (μεταποίηση και παροχή υπηρεσιών), με σαφή πάντως και αναπτυσσόμενη την κυριαρχία του τομέα των υπηρεσιών. Και αυτό διότι ο τριτογενής τομέας (παροχή υπηρεσιών) συνεχώς αναπτύσσεται και δημιουργεί πολυσχιδείς ευκαιρίες απασχόλησης στο συγκεκριμένο επάγγελμα. Το είδος των επιχειρήσεων που απασχολούν Στελέχη υποστήριξης Μάρκετινγκ δραστηριοποιείται τόσο στο δημόσιο τομέα (στενό και ευρύτερο, ΟΤΑ, Οργανισμοί Κοινωνικής Ωφέλειας, κ.λπ.), όσο και στον ιδιωτικό. Η αναγκαιότητα του Μάρκετινγκ, μέσα στην οποία υπάγεται το εν λόγω επάγγελμα, είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη σε κάθε επιχειρηματική και εμπορική δραστηριότητα, κάνοντας έτσι το επάγγελμα να έχει ποικίλες μορφές.

Με απαγωγικό συλλογισμό (από το γενικό στο ειδικό), καθόσον η Στατιστική Υπηρεσία δεν διαθέτει ειδικά στοιχεία για αυτό το επάγγελμα, συνάγεται η ένδειξη για την απασχόληση σε αυτό το επάγγελμα. Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ το 2019 υπήρχαν 984.001 ενεργές επιχειρήσεις. Στο Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο υπήρχαν 152.042 επιχειρήσεις χωρίς μισθωτό, 109.641 επιχειρήσεις με 1-4 μισθωτούς, 14.692 επιχειρήσεις με 5-9 μισθωτούς και 15.605 επιχειρήσεις με 10 μισθωτούς και πάνω. Δηλαδή 139.938 επιχειρήσεις των κλάδων αυτών είχαν μισθωτούς, με το εν λόγω επάγγελμα να αποτελεί αναγκαιότητα για την άρτια λειτουργία τους στην αγορά. Επειδή δεν υπάρχουν στατιστικά στοιχεία για αυτό καθαυτό το επάγγελμα η φύση του επαγγέλματος μαζί με την πρακτική της κοινής λογικής όσον αφορά τον τρόπο που λειτουργεί η αγορά συνάδουν στο συμπέρασμα της ανάγκης για αυτό το επάγγελμα σε αυτές τις επιχειρήσεις.

Κατά τα επόμενα χρόνια η τάση του επαγγέλματος αναμένεται να συνεχίσει να είναι ανοδική, κάνοντας το να έχει δυναμική στην αγορά εργασίας. Το διεθνές οικονομικό περιβάλλον και η διείσδυση των νέων τεχνολογικών εφαρμογών θα δημιουργήσουν νέες προκλήσεις για το επάγγελμα διότι θα υπάρξει μετατόπιση εκτέλεσης τυποποιημένων και αυτοματοποιημένων εργασιών σε υπαλλήλους χαμηλότερης εκπαιδευτικής βαθμίδας, όπως αυτή του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ.

Σύμφωνα με το ΙΝΕ ΓΣΕΕ το Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ δύναται να απασχολείται σε:

- Εμπορικές και βιομηχανικές επιχειρήσεις.
- Εταιρείες παροχής υπηρεσιών (ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, εταιρείες τηλεπικοινωνιών, νοσοκομεία, εκπαιδευτήρια, εταιρείες διαπραγματεύσεων, κτλ.).
- Τράπεζες.
- Δημόσιες επιχειρήσεις και οργανισμούς.
- Μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς.
- Διαφημιστικές εταιρείες, εταιρείες δημοσίων σχέσεων, ερευνών αγοράς και δημοσκοπήσεων.
- Media shops (Καταστήματα πολυμέσων).
- Εφημερίδες και περιοδικά, ραδιόφωνο, τηλεόραση.

- Εταιρείες web design (σχεδιασμών ιστοσελίδων) και e-commerce (ηλεκτρονικό εμπόριο).

Η ζήτηση του επαγγέλματος στην αγορά εργασίας εμφανίζεται με διάφορους τίτλους-θέσεις εργασίας, όπως Marketing assistant, Marketing Coordinator, κ.λ.π. Τα πολλά πτυχία και βεβαιώσεις που προσφέρονται από Κέντρα Ελευθέρων Σπουδών και ΣΑΕΚ (πρώην ΙΕΚ) δημιουργεί μεγάλη προσφορά δυνητικών εργαζόμενων στην ειδικότητα «Στελέχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ» με αποτέλεσμα το επίπεδο των αμοιβών να μην είναι πολύ ανταγωνιστικό.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας, οι δυνατότητες που προσφέρει το διαδίκτυο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης επηρεάζουν το Επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ, καθώς, συχνά υπάρχουν εργασίες που αφορούν την προβολή μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας ή των προϊόντων μιας επιχείρησης στο διαδίκτυο.

Η φροντίδα για το κλίμα και την περιβαλλοντική προστασία αποτελούν προτεραιότητα για το εν λόγω επάγγελμα και συχνά αποτελεί αυτό καθ' αυτό το αντικείμενο απασχόλησης, δηλαδή την ανάδειξη της οικολογικής συνείδησης μιας επιχείρησης μέσω των δραστηριοτήτων της και των προϊόντων που παράγει και προσφέρει στο καταναλωτικό και επενδυτικό κοινό. Επί πλέον, συχνά ορίζει και τους τρόπους συνάντησης με συνεργάτες, προμηθευτές, πελάτες που μπορεί να υλοποιείται μέσω διαδικτυακών πλατφορμών.

Οι ηθικές αξίες του επαγγέλματος ακολουθούν τις επιχειρηματικές αξίες και η προστασία του καταναλωτή είναι νομική και ηθική υποχρέωση κάθε επιχείρησης. Δεν υπάρχουν ειδικά πρότυπα ποιότητας, πιστοποιήσεις και διαπιστεύσεις για το εν λόγω επάγγελμα. Ο ασκών τις επαγγελματικές δραστηριότητες του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ, οφείλει να γνωρίζει τη Νομοθεσία των ΜΜΕ και να τηρεί τον Κώδικα Διαφήμισης – Επικοινωνίας.

Δεν υπάρχουν ειδικά πρότυπα ποιότητας, πιστοποιήσεις και διαπιστεύσεις. Επίσης δεν απαιτούνται ειδικεύσεις για το επάγγελμα.

A.6 Εργασία, ανθρώπινο δυναμικό και συνθήκες απασχόλησης

Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ κατά το Β' τρίμηνο του 2022 από τους 4.167.200 εργαζόμενους στην Ελλάδα, το 21,8% ήταν Επαγγελματίες, το 11,4% ήταν Υπάλληλοι γραφείου, το 22,3% ήταν Απασχολούμενοι στην παροχή υπηρεσιών και πωλητές. Δηλαδή, πάνω από το 55% των εργαζόμενων απασχολούνται σε επαγγέλματα μέσα στα οποία σαφώς περιλαμβάνεται το επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ. Σε αυτό το σύνολο το 91,6% εργάζονται με πλήρη απασχόληση και το 8,4% με μερική απασχόληση. Υπάρχουν και αυτοαπασχολούμενοι/ες στο επάγγελμα αυτό.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα για τους απασχολούμενους κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας 17,4% των εργαζομένων απασχολούνται στο Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο, το 9,6% στις δραστηριότητες παροχής καταλύματος και εστίασης, 2,7% στην Ενημέρωση και επικοινωνία, 1,7% σε Χρηματοπιστωτικές και ασφαλιστικές δραστηριότητες, 6,3% σε Επαγγελματικές, επιστημονικές κ τεχνικές δραστηριότητες, 2,3% σε Διοικητικές και υποστηρικτικές δραστηριότητες, ήτοι το 40% των εργαζόμενων απασχολούνται σε τομείς όπου οι δραστηριότητες Μάρκετινγκ είναι χρήσιμες για τη λειτουργία τους και τα Στελέχη Υποστήριξης Μάρκετινγκ μπορούν να εργασθούν.

Όσον αφορά τη γεωγραφική κατανομή των εργαζομένων, σύμφωνα με την Ελληνική Στατιστική Αρχή, στο: «Ελλάς με αριθμούς», Οκτώβριος-Δεκέμβριος 2022 η κατάσταση έχει ως εξής:

9. Εργατικό δυναμικό και ποσοστό (%) ανεργίας, κατά περιφέρεια, 2017 - 2021

Χιλιάδες	2017	2018	2019	2020	2021
Κατάσταση απασχόλησης κατά περιφέρεια					
Σύνολο Χώρας					
Εργατικό δυναμικό	4.779,7	4.743,0	4.729,9	4.630,5	4.605,7
Απασχολούμενοι	3.752,7	3.828,0	3.911,0	3.875,5	3.928,0
Άνεργοι ⁽¹⁾	1.027,0	915,0	818,9	755,0	677,7
Ποσοστό (%) ανεργίας	21,5	19,3	17,3	16,3	14,7
Ανατολική Μακεδονία και Θράκη					
Εργατικό δυναμικό	255,6	253,8	256,0	245,9	245,9
Απασχολούμενοι	205,8	213,4	214,6	203,6	200,3
Άνεργοι ⁽¹⁾	49,8	40,4	41,3	42,3	45,6
Ποσοστό (%) ανεργίας	19,5	15,9	16,2	17,2	18,5
Κεντρική Μακεδονία					
Εργατικό δυναμικό	812,0	809,8	799,7	783,2	766,8
Απασχολούμενοι	626,0	642,1	642,7	638,8	643,0
Άνεργοι ⁽¹⁾	186,0	167,8	157,0	144,4	123,8
Ποσοστό (%) ανεργίας	22,9	20,7	19,6	18,4	16,1
Δυτική Μακεδονία					
Εργατικό δυναμικό	119,2	118,2	115,4	108,5	111,7
Απασχολούμενοι	84,5	86,2	87,1	87,1	89,7
Άνεργοι ⁽¹⁾	34,7	31,9	28,3	21,3	22,1
Ποσοστό (%) ανεργίας	29,1	27,0	24,5	19,7	19,7
Ηπειρος					
Εργατικό δυναμικό	139,1	136,4	134,8	132,4	122,3
Απασχολούμενοι	104,6	108,9	112,7	108,8	103,9
Άνεργοι ⁽¹⁾	34,5	27,4	22,1	23,6	18,5
Ποσοστό (%) ανεργίας	24,8	20,1	16,4	17,8	15,1
Θεσσαλία					
Εργατικό δυναμικό	315,9	309,9	310,8	303,0	309,0
Απασχολούμενοι	250,9	253,3	253,2	252,1	257,7
Άνεργοι ⁽¹⁾	65,0	56,7	57,5	50,9	51,3
Ποσοστό (%) ανεργίας	20,6	18,3	18,5	16,8	16,6
Ιόνια Νησιά					
Εργατικό δυναμικό	91,0	93,1	88,0	85,7	83,3
Απασχολούμενοι	73,2	78,3	77,2	72,1	72,3
Άνεργοι ⁽¹⁾	17,9	14,8	10,9	13,6	11,0
Ποσοστό (%) ανεργίας	19,6	15,9	12,3	15,9	13,2

(1) Αφορά σε άτομα 15 - 74 ετών.

9. Εργατικό δυναμικό και ποσοστό (%) ανεργίας, κατά περιφέρεια, 2017 - 2021 (συνέχεια)

Χιλιάδες	2017	2018	2019	2020	2021
Κατάσταση απασχόλησης κατά περιφέρεια					
Δυτική Ελλάδα					
Εργατικό δυναμικό	294,2	287,3	282,9	276,3	279,4
Απασχολούμενοι	216,8	218,2	214,7	216,6	230,7
Άνεργοι ⁽¹⁾	77,3	69,2	68,2	59,7	48,7
Ποσοστό (%) ανεργίας	26,3	24,1	24,1	21,6	17,4
Στερεά Ελλάδα					
Εργατικό δυναμικό	237,4	235,8	234,5	233,9	232,1
Απασχολούμενοι	188,0	191,3	194,2	188,9	192,2
Άνεργοι ⁽¹⁾	49,5	44,6	40,4	45,0	39,8
Ποσοστό (%) ανεργίας	20,8	18,9	17,2	19,3	17,2
Αττική					
Εργατικό δυναμικό	1.742,1	1.720,7	1.736,4	1.712,1	1.708,8
Απασχολούμενοι	1.366,0	1.378,5	1.442,4	1.471,7	1.506,2
Άνεργοι ⁽¹⁾	376,1	342,2	294,0	240,4	202,5
Ποσοστό (%) ανεργίας	21,6	19,9	16,9	14,0	11,9
Πελοπόννησος					
Εργατικό δυναμικό	246,5	243,1	240,2	241,3	242,8
Απασχολούμενοι	205,0	208,2	211,4	213,9	212,0
Άνεργοι ⁽¹⁾	41,5	34,9	28,8	27,4	30,8
Ποσοστό (%) ανεργίας	16,8	14,4	12,0	11,3	12,7
Βόρειο Αιγαίο					
Εργατικό δυναμικό	89,5	91,3	90,8	87,2	83,5
Απασχολούμενοι	69,4	70,9	74,8	72,8	71,9
Άνεργοι ⁽¹⁾	20,1	20,3	16,0	14,4	11,5
Ποσοστό (%) ανεργίας	22,5	22,3	17,6	16,5	13,8
Νότιο Αιγαίο					
Εργατικό δυναμικό	152,1	158,3	154,0	141,2	144,6
Απασχολούμενοι	127,7	131,6	133,0	127,6	117,4
Άνεργοι ⁽¹⁾	24,4	26,7	21,1	23,5	27,1
Ποσοστό (%) ανεργίας	16,0	16,9	13,7	16,7	18,8
Κρήτη					
Εργατικό δυναμικό	285,2	285,4	286,3	279,9	275,6
Απασχολούμενοι	234,8	247,3	253,0	231,5	230,6
Άνεργοι ⁽¹⁾	50,4	38,1	33,4	48,4	44,9
Ποσοστό (%) ανεργίας	17,7	13,4	11,7	17,3	16,3

Το επάγγελμα του «Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ» χαρακτηρίζεται από ένα ετερογενές πλήθος περιλαμβανόμενων δραστηριοτήτων. Είναι σαφές ότι το εν λόγω επάγγελμα περιορίζεται μεν σε αποκλειστικά επικουρικό ρόλο, εκτείνεται δε σε μεγάλο φάσμα των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Κατά τα επόμενα χρόνια η τάση του επαγγέλματος αναμένεται να συνεχίσει να είναι ανοδική, κάνοντας το επάγγελμα να έχει δυναμική στην αγορά εργασίας.

Όσον αφορά τις διαβαθμίσεις και τις ιεραρχίες για το επάγγελμα αυτό ασκείται κυρίως υπό την καθοδήγηση προϊσταμένου στην εσωτερική ιεραρχία (οργανόγραμμα), είτε και αυτού του ίδιου του εργοδότη. Η ιεραρχία του συγκεκριμένου επαγγέλματος δημιουργείται κυρίως με βάση την εμπειρία και τον χρόνο άσκησης του. Ακαδημαϊκά προσόντα συνήθως δεν απαιτούνται (ΑΕΙ) για το συγκεκριμένο επάγγελμα καθόσον αυτά εφόσον υπάρχουν κατατάσσουν το επάγγελμα σε άλλο επιχειρησιακό ρόλο. Η ιεραρχία του επαγγέλματος διαμορφώνεται σε κάθε επιχείρηση διαφορετικά σύμφωνα με τις ανάγκες της επιχείρησης και τις αρμοδιότητες και τα προσόντα του/της εργαζόμενου/νης. Ένα Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ μπορεί να εξελιχθεί σε ανώτερες βαθμίδες, με τον χρόνο, την εμπειρία και την επιμόρφωση που τυχόν θα λάβει ενόσω εργάζεται σε αυτή τη θέση.

Η άσκηση των εργασιακών καθηκόντων γίνεται στους χώρους της διοίκησης (γραφεία) του εκάστοτε οργανισμού, χωρίς αυτό βέβαια να αποτελεί τον μόνο κανόνα, καθώς υπάρχει και η εξ αποστάσεως εργασία ή και η μερική απασχόληση, όπως συμβαίνει και με άλλους εργασιακούς τομείς. Η εργασία απαιτεί διανοητική προσπάθεια και συχνά έντονη χρήση Η/Υ γεγονός που επιβάλλει την τήρηση σχετικών μέτρων υγιεινής.

Στο Ν. 1568/1985 Υγιεινή και ασφάλεια των εργαζομένων (ΦΕΚ 177/18.10.85), όπως και στα Π.Δ. 305/1996 (ΦΕΚ 212/Α'/19.8.1996), Π.Δ. 17/1996 (ΦΕΚ 11/Α'/18.1.1996), Π.Δ. 16/1996 (ΦΕΚ 10^Α/Α'/18.1.1996), Π.Δ. 105/1995 (ΦΕΚ 67/Α'/10.4.1995) προσδιορίζονται οι συνθήκες που διασφαλίζουν τις αναγκαίες συνθήκες περί ασφαλείας και υγιεινής στο χώρο εργασίας.

Επιθυμητά χαρακτηριστικά για το εν λόγω επάγγελμα είναι η γνώση ποικίλων προγραμμάτων Η/Υ, η γνώση ξένων γλωσσών, η δημιουργική και κριτική σκέψη, ο προγραμματισμός, η πρωτοβουλία και η υπευθυνότητα.

Ως τα σημαντικότερα soft skills (μαλακές ή οριζόντιες δεξιότητες), θεωρούνται οι δεξιότητες πελατειακών σχέσεων (53%), οι ηγετικές (51%) και οι δημιουργικές δεξιότητες (56%). (Πηγή: <http://www.sepe.gr/gr/research-studies/article/21727582/mono-1-stous-10-ergazomenous-diathetei-tis-apaitoumenes-dexiotites-ai/> ανακτήθηκε 9/4/2023)

Τα τελευταία χρόνια αναδεικνύεται έντονα και το θέμα της ισότητας στην εργασία. Όσον αφορά στο επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ δεν υπάρχουν αναφορές για διακρίσεις λόγω φύλου ή κάποιας ιδιαιτερότητας του ατόμου.

Η ισότητα των φύλων αναφέρεται στην ισότητα μεταξύ γυναικών και ανδρών όσον αφορά στα δικαιώματα, στη μεταχείριση, στις ευθύνες, στις ευκαιρίες και στα οικονομικά και κοινωνικά τους επιτεύγματα. Η ισότητα των φύλων επιτυγχάνεται όταν άνδρες και γυναίκες έχουν τα ίδια δικαιώματα, υποχρεώσεις και ευκαιρίες σε όλους τους τομείς της κοινωνίας και όταν τα διαφορετικά συμφέροντα, ανάγκες και προτεραιότητες ανδρών και γυναικών χαίρουν ίσης εκτίμησης. (Πηγή: <https://www.eurofound.europa.eu/el/topic/gender-equality>, ανακτήθηκε 10/4/2023).

Παρά τη συνεχιζόμενη μείωση του χάσματος στην απασχόληση, το ποσοστό απασχόλησης εξακολουθούσε να είναι υψηλότερο για τους άνδρες από ό,τι για τις γυναίκες το 2018 σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ.

Το 30,8 % των απασχολούμενων γυναικών ηλικίας 20-64 ετών στην ΕΕ εργάζονταν με καθεστώς μερικής απασχόλησης το 2018, έναντι 8,0 % για τους άνδρες. (Πηγή: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Employment_statistics/el&oldid=455240 ανακτήθηκε 10/4/2023).

Δεν υπάρχει ορισμένος μισθός για το επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ και εντάσσεται σε ό,τι ισχύει γενικότερα για τους μισθούς, όπου με τον πιο πρόσφατη αναθεώρηση από 1/4/2023, ο κατώτερος μικτός μισθός έχει ορισθεί στα 780,00 ευρώ.

Στην άσκηση του επαγγέλματος του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ μπορούν να απασχοληθούν και άτομα με ειδικές ανάγκες. Μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους στον τομέα σχεδιασμού στρατηγικής και παρακολούθησης υλοποίησής της, όπως και να έχουν επαφή με συνεργάτες, προμηθευτές και πελάτες στον χώρο της επιχείρησης όπου εργάζονται ή ηλεκτρονικά. Υπάρχει δε η δυνατότητα προσαρμογής των τεχνολογικών μέσων στις ειδικές ανάγκες των ατόμων με αναπηρία.

A.7 Συνδικαλιστικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα, έντυπα ή άλλα μέσα ή πηγές πληροφόρησης

Σε δευτεροβάθμιο συνδικαλιστικό επίπεδο τους υπαλλήλους οικονομικών υπηρεσιών εκπροσωπεί παραδοσιακά η Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος (ΟΙΥΕ), που ιδρύθηκε το 1922 και αρχικά εκπροσωπούσε όλους τους εργαζόμενους στα γραφεία που είχαν την ιδιότητα του «υπαλλήλου», σε αντιδιαστολή με όσους είχαν την ιδιότητα του ανειδίκευτου εργάτη ή εξειδικευμένου τεχνίτη που απασχολούνταν στη βιομηχανία ή την βιοτεχνία. Ωστόσο με τις εξελίξεις που έχουν επέλθει στις οικονομικές δραστηριότητες και τα επαγγέλματα και με την οργανωτική εξέλιξη των συνδικάτων πολλές κλαδικές ομοσπονδίες ενέταξαν στις δομές τους το υπαλληλικό- διοικητικό προσωπικό συμπεριλαμβάνοντάς το και στις συλλογικές συμβάσεις εργασίας. Σε επίπεδο συλλογικών συμβάσεων, οι εργοδοτικοί φορείς που συμμετέχουν και συνομολογούν συλλογικές συμβάσεις εργασίας είναι τόσο οι τριτοβάθμιες οργανώσεις των εργοδοτών (ΣΕΒ, ΕΣΕΕ, ΓΣΕΒΕΕ) για το σύνολο της οικονομίας, όσο και οι επί μέρους κλαδικές οργανώσεις ή επιχειρήσεις για το πεδίο ευθύνης τους. Επίσης Ευρωπαϊκής της Περιφερειακής Οργάνωσης UNI – Europa, η Διεθνής Ομοσπονδία «UNION NETWORK INTERNATIONAL (U.N.I.)», καθώς και η Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος (ΓΣΕΕ).

Τα Στελέχη Υποστήριξης Μάρκετινγκ μπορούν να ενημερώνονται για θέματα που άπτονται του αντικειμένου τους και του κλάδου του εμπορίου από τα Εμπορικά και Βιομηχανικά Επιμελητήρια της χώρας (το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών έχει συστήσει ειδικό Κέντρο Μελετών και Έρευνας). Η ΕΣΕΕ επίσης σε ετήσια βάση εκπονεί και δημοσιεύει ειδική έκθεση για το Ελληνικό Εμπόριο. Άλλες πηγές πληροφόρησης είναι η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδας (www.statistics.gr), οι Μελέτες και τα Στατιστικά Στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας (www.bankofgreece.gr), η Γενική Γραμματεία Εμπορίου του Υπουργείου Ανάπτυξης (<http://www.gge.gr>). Σε Ευρωπαϊκό Επίπεδο υπάρχει ο σύνδεσμος των Ευρωπαϊκών Επιμελητηρίων Εμπορίου και Βιομηχανίας, ο οποίος εκπροσωπεί

41 εθνικούς συνδέσμους εμπορίου και βιομηχανίας (<http://www.eurochambres.be>).

Κλαδικά έντυπα εμπορίου εκδίδονται από τα κατά τόπους Επιμελητήρια και τους Εμπορικούς Συλλόγους. Υπάρχουν Ινστιτούτα, Επαγγελματικές Ενώσεις και Οργανώσεις με αντικείμενο το Μάρκετινγκ και η τάση είναι η συνέργεια ανάμεσα στην Επιστήμη και την Αγορά. Υπάρχει η Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ (ΕΛΑΜ), το «Αγορά» του ΟΠΑ, η Ένωση Εταιριών Διαφήμισης – Επικοινωνίας (ΕΔΕΕ) όπως και άλλες Οργανώσεις που ασχολούνται με το Μάρκετινγκ και με το Ψηφιακό Μάρκετινγκ και που με τις δραστηριότητές τους συντελούν στην εξέλιξη του τομέα. Όσον αφορά τις πηγές πληροφόρησης αυτές υπάρχουν σε έγκριτη μορφή και στο διαδίκτυο και προσφέρονται από το European Marketing Confederation (EMC), American Marketing Association (AMA), Chartered Institute of Marketing (CIM) και πολλούς άλλους φορείς που συνεχώς επεκτείνονται και διευρύνονται οι δραστηριότητές τους. Επίσης υπάρχουν περιοδικά και σε ηλεκτρονική μορφή που περιέχουν πληροφόρηση σχετικά με το Μάρκετινγκ, όπως το Marketing week, Επιστημονικό Μάρκετινγκ, AD Business κ.λ.π. Τα τελευταία χρόνια υπάρχει πλέον αξιόλογη βιβλιογραφία στην ελληνική γλώσσα που διαπραγματεύεται το Μάρκετινγκ σε ποικίλα επίπεδα, από το απλό καθημερινό Μάρκετινγκ έως τα επιστημονικά βιβλία για το αντικείμενο απασχόλησης του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ. Επίσης οργανώνονται πλέον πολλά εκπαιδευτικά Σεμινάρια από ποικίλες Εταιρίες και Οργανισμούς παροχής δια βίου μάθησης, όπου ένα υποψήφιο Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ μπορεί να επιμορφωθεί. Η Δια Βίου Μάθηση προσφέρεται από πολλά Πανεπιστήμια, με το ΕΚΠΑ να πρωταγωνιστεί στις αντίστοιχες με το επάγγελμα εξειδικεύσεις.

A.8 Θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του επαγγέλματος

Για το συγκεκριμένο επάγγελμα δεν απαιτείται συγκεκριμένος τίτλος εργασίας ή σχετική επαγγελματική άδεια., δεδομένου ότι το επάγγελμα παρουσιάζει ευρύτατη διασπορά στους τρόπους και στις μορφές άσκησης του. Δεν υπάρχει σαφής νομοθετική ρύθμιση που να διέπει το επάγγελμα «Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ». Φυσικά στην άσκηση του προ απαιτείται η εφαρμογή όλων των απαραίτητων διατάξεων άσκησης της νόμιμης εργασίας. Υπάρχουν Στελέχη Υποστήριξης Μάρκετινγκ που εργάζονται είτε με μορφή εξαρτημένης σχέσης εργασίας, είτε σε πλήρη είτε σε μερική απασχόληση, όπως και κάποιοι αυτό-απασχολούμενοι που κάποιες φορές έχουν τον τίτλο: Σύμβουλος Μάρκετινγκ.

A.9 Τεχνολογίες / τεχνολογικές αλλαγές που επηρεάζουν το επάγγελμα.

Η τεχνολογία επηρεάζει θετικά το επάγγελμα τόσο σε επίπεδο εργασίας, επεκτείνοντας τον χώρο εργασίας και εκτός γραφείου, όσο και σε επίπεδο επικοινωνίας με συναδέλφους, συνεργάτες, προμηθευτές, πελάτες. Οι νέες τεχνολογίες προσφέρουν τη δυνατότητα υλοποίησης ενεργειών με άμεσο, οικονομικό, οικολογικό τρόπο.

A.10 Εξελίξεις αναφορικά με την κλιματική αλλαγή και την περιβαλλοντική προστασία που επηρεάζουν το επάγγελμα.

Η φροντίδα για το κλίμα και την περιβαλλοντική προστασία αποτελούν προτεραιότητα για το εν λόγω επάγγελμα και συχνά και αυτό καθ' αυτό το αντικείμενο απασχόλησης, δηλαδή την ανάδειξη της οικολογικής συνείδησης μιας επιχείρησης μέσω των δραστηριοτήτων της και των προϊόντων που παράγει και προσφέρει στο καταναλωτικό και επενδυτικό κοινό. Επί πλέον συχνά ορίζει και τους τρόπους συνάντησης με συνεργάτες, προμηθευτές, πελάτες που μπορεί να υλοποιείται μέσω διαδικτυακών πλατφορμών.

Η προστασία του περιβάλλοντος και η αυξανόμενη ανησυχία και το ενδιαφέρον για αυτό, δημιουργεί ένα νέο είδος εμπορευμάτων με οικολογικό πρόσημο. Οι καταναλωτές στρέφονται προς συγκεκριμένα προϊόντα που αναδεικνύονται ως πιο φιλικά προς το περιβάλλον, ενώ φαίνεται να είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερο για προϊόντα χαμηλότερου ανθρακικού αποτυπώματος. Τα βιώσιμα καταναλωτικά είδη αναπτύσσονται ταχύτατα, κυρίως στις ανεπτυγμένες αγορές, με τον τομέα βιολογικών τροφίμων να παρουσιάζει αύξηση. Έτσι λοιπόν είναι αυτά τα χαρακτηριστικά των προϊόντων που θα πρέπει να αναδεικνύονται.

Η αυξανόμενη ανησυχία για το περιβάλλον επηρεάζει το επάγγελμα και ως προς τους τρόπους επικοινωνίας. Η τηλεδιάσκεψη, παραδείγματος χάρι, μπορεί να υποκαταστήσει μια ζωντανή συνάντηση. Αντίστοιχα η προώθηση

ενός προϊόντος ή υπηρεσίας μπορεί να γίνει συνδυαστικά με ψηφιακή επικοινωνία και συναντήσεις. Ο τρόπος παρασκευής των προϊόντων, ο τόπος προέλευσής των πρώτων υλών, οι συσκευασίες των προϊόντων, οι αρχές της κυκλικής οικονομίας, η διαχείριση των αποβλήτων και ο τρόπος μεταφοράς τους μπορούν να προσδώσουν αξία στο προϊόν και την υπηρεσία, εφόσον έχουν θετικό οικολογικό αποτύπωμα, προσφέροντας στα προϊόντα της επιχείρησης συγκριτικό πλεονέκτημα που βοηθά την εργασία του/της Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ.

Ο κίνδυνος απώλειας μεριδίου αγοράς μπορεί να αφορά είτε βασικά προϊόντα που γίνονται μη δημοφιλή/μη εμπορεύσιμα, καθώς τα νέα βελτιωμένα προϊόντα εκτοπίζουν τα παλαιότερα που ενδεχομένως να μην είναι φιλικά προς το περιβάλλον ή ακόμα και περιπτώσεις που η ζήτηση για συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες μηδενίζεται εξαιτίας κλιματικών αλλαγών και το Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ θα πρέπει να αντιλαμβάνεται τις τάσεις της αγοράς.

Το Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι δυνατόν να συμμετέχει σε αποφάσεις της διοίκησης της επιχείρησης που αφορούν σε ενέργειες της επιχείρησης που δείχνουν κοινωνική ευαισθητοποίηση, καθώς και ενέργειες που συμβάλλουν στην αποφυγή της κλιματικής κρίσης και στον τρόπο που κοινοποιούν στο κοινό τις ενέργειες αυτές.

Σύμφωνα με τον ΣΕΒ για να μπορέσει η ελληνική βιομηχανία να παρακολουθήσει τις ραγδαίες εξελίξεις που φέρνουν ο ψηφιακός μετασχηματισμός, η 4η βιομηχανική επανάσταση και η πράσινη μετάβαση, θα πρέπει να βελτιωθούν οι γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες που απαιτείται να κατέχουν οι εργαζόμενοι, οι οποίοι στελεχώνουν το παραγωγικό και τεχνολογικό οικοσύστημα της χώρας. Το Στέλεχος Υποστήριξης Μάρκετινγκ με την καθοδήγηση των ανωτέρων του/της μπορεί να συμμετέχει ενεργά σε αυτές τις απαραίτητες διαδικασίες με τις γνώσεις και τις ενέργειές του/της.

ΕΝΟΤΗΤΑ Β
ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ/ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ -
ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ
ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ
ΚΑΙ ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ



ΚΕΛ 1 ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΤΟ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	
ΕΕΛ 1.1	ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΙΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ
	1.1.1. Συμμετέχει στην προετοιμασία προωθητικού υλικού και μηνυμάτων
	1.1.2. Συμβάλλει στη διοργάνωση και υλοποίηση εκδηλώσεων της επιχείρησης
	1.1.3. Υποστηρίζει τις κοινωνικές και οικολογικές ενέργειες της επιχείρησης
	1.1.4. Ενημερώνει το προσωπικό της επιχείρησης για τις πολιτικές Μάρκετινγκ
	1.1.5. Συμμετέχει στην αναζήτηση νέας πελατείας
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ: • Συμμετέχει στην προετοιμασία προωθητικού υλικού, έντυπου και ηλεκτρονικού, συνεργαζόμενος/η με τα αρμόδια τμήματα της επιχείρησης του/της και τις διαφημιστικές εταιρίες, συντάσσοντας, μεταφράζοντας και διορθώνοντας περιεχόμενο και μηνύματα με σκοπό την άρτια υλοποίηση των προγραμματισμένων ενεργειών • Συμβάλλει στη διοργάνωση και υλοποίηση εκδηλώσεων της επιχείρησης φροντίζοντας για τις λεπτομέρειες (εύρεση οργανωτών, τόπου, ομιλητών, αποστολή προσκλήσεων) και συμμετέχοντας με φυσική παρουσία • Υποστηρίζει τις κοινωνικές και οικολογικές ενέργειες της επιχείρησης αναζητώντας και προτείνοντας στους ανωτέρους του/της κατάλληλες ενέργειες (χορηγίες, φιλανθρωπίες, στήριξη αδύναμων κοινωνικών ομάδων, κ.λ.π.) καθώς και φιλικές προς το περιβάλλον δραστηριότητες και βοηθώντας στην υλοποίησή τους, τηρώντας περιβαλλοντικά πρότυπα και αρχές προστασίας του περιβάλλοντος. • Ενημερώνει το προσωπικό της επιχείρησης (πωλητές, τηλεφωνικό κέντρο, ρεσεψιόν, διανομείς, κ.λ.π.) για τις πολιτικές Μάρκετινγκ και τις αποφάσεις της επιχείρησης ώστε να υπάρχει ομοιομορφία στις δραστηριότητές τους, σύμφωνα με τη φιλοσοφία και την κουλτούρα της επιχείρησής του/της και τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας και τις τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης του προσωπικού. • Συμμετέχει στην αναζήτηση νέας πελατείας διερευνώντας έντυπα του κλάδου (δημοσιεύσεις από Επιμελητήρια, Συνεταιρισμούς, κ.λ.π) για να συμμετέχει στην επίτευξη των στόχων των πωλήσεων της επιχείρησης τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα και εφαρμόζοντας το εθνικό πλαίσιο για τη προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.	
ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ <i>Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:</i> Έδρα Επιχείρησης, Επαγγελματικός χώρος εργαζόμενου/νης με τη βοήθεια υπολογιστή και τηλεφώνου. Επικοινωνία με τα στελέχη της επιχείρησης. Επικοινωνία με πελατεία. Χώροι όπου γίνονται εκδηλώσεις. <i>Μέσα/εργαλεία/υλικά:</i> Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με σύνδεση στο διαδίκτυο και συνδεδεμένες συσκευές, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας. Διαφημιστικά φυλλάδια, Δελτία Τύπου, Ανακοινώσεις, δείγματα προϊόντων, προωθητικό υλικό. Τυπώνει και συμπληρώνει προκαθορισμένες φόρμες αναφορών της επιχείρησης. Έντυπα ISO (αν χρειάζεται). Τεχνικά εγχειρίδια/προδιαγραφές προϊόντων. Έντυπα φυλλαδίων (prospectus). Εταιρικό έντυπο (company profile). Παρουσιάσεις (ppt). <i>Παραγόμενη υπηρεσία:</i> Υποστήριξη ενεργειών Μάρκετινγκ <i>Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:</i>	

Οδηγίες προϊσταμένου/ης. Πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. Κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας. Τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού. Εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Περιβαλλοντικά πρότυπα, αρχές προστασίας του περιβάλλοντος.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν επίπεδο 4 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων και στο επίπεδο 3 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (στις περιπτώσεις αποφοίτων ΕΠΑΣ).

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ
- Βασικές Αρχές Επικοινωνίας
- Βασικές γνώσεις αρχών Διαπραγμάτευσης
- Τεχνικές παρουσίασης
- Προγράμματα επεξεργασίας κειμένων
- Βασικές γνώσεις δημοσίων σχέσεων
- Κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς
- Αρχές ομαδικής εργασίας
- Βασικές αρχές Οργάνωσης, Διοίκησης και Οικονομίας
- Βασικές γνώσεις διαχείρισης εφοδιαστικής αλυσίδας-Logistics
- Βασικές αρχές διαχείρισης και επίλυσης προβλημάτων
- Βασικές γνώσεις τμηματοποίησης της αγοράς
- Βασικές αρχές B2B και B2C Μάρκετινγκ
- Εφαρμογές αυτοματισμού γραφείου και υπηρεσιών διαδικτύου

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις.

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5
«Διαθέτει ευρείες, εξειδικευμένες, αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής και έχει επίγνωση των ορίων και των γνώσεων αυτών »

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Σύνταξη εταιρικών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Δημιουργία περιεχομένου προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών
- Δημιουργία και ενημέρωση αρχείου συμμετεχόντων σε δράσεις/εκδηλώσεις
- Χρήση τεχνικών διαπραγματεύσεων
- Διαχείριση και οργάνωση χρόνου εργασίας
- Χρήση λογισμικού επεξεργασίας κειμένου
- Χρήση λογισμικού παρουσιάσεων.
- Χρήση λογισμικού πλοήγησης στο διαδίκτυο
- Σύνταξη αναφορών και παρουσιάσεων
- Ανάπτυξη διαφημιστικού υλικού
- Αποτελεσματική εξυπηρέτηση πελατείας

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5
«Κατέχει ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων οι οποίες απαιτούνται για την εξεύρεση δημιουργικών λύσεων σε αφηρημένα προβλήματα»

Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων

ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Επίπεδο χρήστη					
		Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια
	Βασικός	✓	-	✓	-	-
	Ανεξάρτητος	-	✓	-	✓	-
	Έμπειρος	-	-	-	-	✓

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ Βασικές Ικανότητες • Ικανότητα γραμματισμού • Πολυγλωσσική ικανότητα • Μαθηματική ικανότητα και ικανότητα στις θετικές επιστήμες, την τεχνολογία • Προσωπική, κοινωνική και μεταγνωστική ικανότητα • Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης	Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5: «Μπορεί να επιτελεί ρόλο διαχειριστή και να επιβλέπει στο πλαίσιο συγκεκριμένης εργασίας ή διαδικασίας μάθησης, όπου μπορεί να συμβαίνουν και απρόβλεπτες αλλαγές. Μπορεί να αναθεωρεί και να αναπτύσσει τόσο την προσωπική του απόδοση όσο και των άλλων ατόμων».
---	---

	ΣΥΜΒΑΛΛΕΙ ΣΤΗ ΨΗΦΙΑΚΗ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΕΕΛ 1.2	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ 1.2.1. Συμβάλει στο σχεδιασμό του ιστότοπου της επιχείρησης 1.2.2. Εμπλουτίζει το περιεχόμενο των αναρτήσεων της επιχείρησης στα ψηφιακά μέσα 1.2.3. Αναζητά τρόπους ενίσχυσης της παρουσίας της επιχείρησης στο διαδίκτυο 1.2.4. Αποστέλλει ηλεκτρονικό προωθητικό υλικό (direct marketing, e-mail, newsletter)
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ: • Συμβάλει στο σχεδιασμό του ιστότοπου της επιχείρησης με τις οδηγίες του/της προϊσταμένου/ης παρέχοντας στοιχεία και επιμελούμενος/η το περιεχόμενο σε συνεργασία με τους/τις αρμόδιους/ες βάσει των αρχών και προτύπων σχεδιασμού ιστοτόπων. • Εμπλουτίζει το περιεχόμενο των αναρτήσεων της επιχείρησης στα ψηφιακά μέσα παρέχοντας πληροφορίες και υλικό στο αρμόδιο τμήμα ακολουθώντας αρχές άρτιας αισθητικής και τις βασικές αρχές του e-commerce και τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. • Αναζητά τρόπους ενίσχυσης της παρουσίας της επιχείρησης στο διαδίκτυο ερευνώντας και προτείνοντας ψηφιακά κανάλια και μεθόδους βελτιστοποίησης της προβολής (SEO), αναζητώντας κατάλληλες συνεργασίες υπό τις οδηγίες των ανωτέρων του/της. • Αποστέλλει ηλεκτρονικό προωθητικό υλικό (direct marketing, e-mail, newsletter) με στόχο τη διατήρηση και σύσφιξη των σχέσεων με την πελατεία, ακολουθώντας το Εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.	
ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ <i>Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:</i> Έδρα Επιχείρησης, Επαγγελματικός χώρος εργαζόμενου/νης με τη βοήθεια υπολογιστή και τηλεφώνου. Επικοινωνία με τα στελέχη της επιχείρησης. Επικοινωνία με εξωτερικούς συνεργάτες. <i>Μέσα/εργαλεία/υλικά:</i> Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με σύνδεση στο διαδίκτυο και συνδεδεμένες συσκευές. Συμπληρώνει προκαθορισμένες φόρμες αναφορών της επιχείρησης. Σχετικές επιστολές προσέγγισης (Marketing) για την ενημέρωση της πελατείας. Λογισμικό. Σημειωματάριο. Συσκευές επικοινωνίας. <i>Παραγόμενη υπηρεσία:</i> Συμβολή στην ψηφιακή προώθηση της επιχείρησης και των προϊόντων <i>Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:</i> Πλαίσιο διαφύλαξης προσωπικών δεδομένων. Οδηγίες προϊσταμένου/ης. Αρχές και πρότυπα σχεδιασμού ιστοτόπων. Αρχές άρτιας αισθητικής. Πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. Εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.	

ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν επίπεδο 4 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων και στο επίπεδο 3 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (στις περιπτώσεις αποφοίτων ΕΠΑΣ).

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ
- Βασικές Αρχές ψηφιακού Μάρκετινγκ
- Ηθική στα μέσα επικοινωνίας
- Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας
- Βασικές αρχές χρήσης προγραμμάτων διαχείρισης εικόνας
- Βασικές γνώσεις γραφής κειμένου
- Αρχές σύνταξης εταιρικών κειμένων
- Κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς
- Βασικές αρχές e-commerce
- Γνώσεις εφαρμογών αυτοματισμού γραφείου και υπηρεσιών διαδικτύου
- Βασικές αρχές και τεχνικές επιχειρησιακής επικοινωνίας
- Γνώση Αγγλικών
- Γνώση τεχνικών παρουσίασης

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Εφαρμογή κανόνων διαβίβασης πληροφοριών και προώθησης υπηρεσιακών εγγράφων
- Σύνταξη περιεκτικών παρουσιάσεων
- Χειρισμός υλικού προβολής
- Χρήση ψηφιακών εργαλείων για δημιουργία περιεχομένου
- Χρήση social media
- Διαχείριση mailing lists
- Διαχείριση μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Διαχείριση ψηφιακού περιεχομένου
- Δημιουργία περιεχομένου προώθησης προϊόντων και υπηρεσιών
- Ανάπτυξη διαφημιστικού υλικού
- Σύνταξη εταιρικών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5

«Μπορεί να επιτελεί ρόλο διαχειριστή και να επιβλέπει στο πλαίσιο συγκεκριμένης εργασίας ή διαδικασίας μάθησης, όπου μπορεί να συμβαίνουν και απρόβλεπτες αλλαγές. Μπορεί να αναθεωρεί και να αναπτύσσει τόσο την προσωπική του απόδοση όσο και των άλλων ατόμων».

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5

«Κατέχει ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων οι οποίες απαιτούνται για την εξεύρεση δημιουργικών λύσεων σε αφηρημένα προβλήματα»

ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Επίπεδο χρήστη	Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων				
		Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια
	Βασικός	-	-	-	-	-
	Ανεξάρτητος	✓	-	-	✓	-
	Έμπειρος	-	✓	✓	-	✓
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ Βασικές ικανότητες • Ικανότητα γραμματισμού • Πολυγλωσσική ικανότητα • Μαθηματική ικανότητα και ικανότητα στις θετικές επιστήμες, την τεχνολογία		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5: «Μπορεί να επιτελεί ρόλο διαχειριστή και να επιβλέπει στο πλαίσιο συγκεκριμένης εργασίας ή διαδικασίας μάθησης, όπου μπορεί να συμβαίνουν και απρόβλεπτες αλλαγές. Μπορεί να αναθεωρεί και να αναπτύσσει τόσο την προσωπική του απόδοση όσο και των άλλων ατόμων».				

- Ψηφιακή ικανότητα - Προσωπική, κοινωνική και μεταγνωστική ικανότητα - Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης	
---	--

ΕΕΛ 1.3.	ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΕΙ ΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ 1.3.1. Συμβάλλει στην επιλογή εκθέσεων (κλασσικές, ψηφιακές) που θα συμμετέχει η επιχείρηση 1.3.2. Συμμετέχει στη διοργάνωση εκδηλώσεων στο πλαίσιο εκθέσεων 1.3.3. Συμβάλλει στην διαμόρφωση του περιπτέρου της επιχείρησης 1.3.4. Συμβάλλει στην επιλογή του προωθητικού υλικού που θα διανεμηθεί στην έκθεση 1.3.5. Αναζητά επαφές για επέκταση της πελατειακής βάσης
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ: - Συμβάλλει στην επιλογή εκθέσεων (κλασσικές, ψηφιακές) που θα συμμετέχει η επιχείρηση αναζητώντας και προτείνοντας τις καταλληλότερες με τις οδηγίες του/της προϊσταμένου του/της και σύμφωνα με τη στρατηγική της επιχείρησης. - Συμμετέχει στη διοργάνωση εκδηλώσεων στο πλαίσιο εκθέσεων όπου συμμετέχει και με φυσική παρουσία με στόχο την προβολή της επιχείρησης και των προϊόντων στους επισκέπτες της έκθεσης - Συμβάλλει στη διαμόρφωση του περιπτέρου της επιχείρησης φροντίζοντας έγκαιρα για τις λεπτομέρειες (κατασκευή, εγκατάσταση, εμφάνιση, κ.λπ.) - Συμβάλλει στην επιλογή του προωθητικού υλικού που θα διανεμηθεί στην έκθεση σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα της επιχείρησης του/της και τους συνεργάτες φροντίζοντας τα περιβαλλοντικά πρότυπα και τις αρχές προστασίας του περιβάλλοντος. - Αναζητά επαφές για επέκταση της πελατειακής βάσης στη διάρκεια της έκθεσης προσεγγίζοντας πιθανή πελατεία και τηρώντας το εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.	
ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ <i>Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:</i> Έδρα Επιχείρησης, Επαγγελματικός χώρος εργαζόμενου/νης με τη βοήθεια υπολογιστή και τηλεφώνου. Επικοινωνία με πελατεία. Χώροι εκθέσεων. <i>Μέσα/εργαλεία/υλικά:</i> Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με σύνδεση στο διαδίκτυο και συνδεδεμένες συσκευές, λογισμικό, οπτικοακουστικός εξοπλισμός, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας. Διαφημιστικά φυλλάδια, Δελτία Τύπου, Ανακοινώσεις, δείγματα προϊόντων, προωθητικό υλικό. Συμπληρώνει προκαθορισμένες φόρμες αναφορών της επιχείρησης. Έντυπα φυλλαδίων (prospectus). Εταιρικό έντυπο (company profile). Παρουσιάσεις (ppt). Έντυπα ISO (αν εφαρμόζεται). Σχετικές επιστολές προσέγγισης (Marketing) για την ενημέρωση-πρόσκληση των πελατών <i>Παραγόμενη υπηρεσία:</i> Υποστήριξη της συμμετοχής της εταιρίας σε εκθέσεις <i>Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:</i> Οδηγίες προϊσταμένου/ης. Πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. Εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Περιβαλλοντικά πρότυπα, αρχές προστασίας του περιβάλλοντος.	
ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν επίπεδο 4 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων και στο επίπεδο 3 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (στις περιπτώσεις αποφοίτων ΕΠΑΣ).

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Βασικές αρχές Μάρκετινγκ
- Βασικές αρχές οργάνωσης
- Βασικές αρχές διακόσμησης
- Κανόνες υγείας και ασφάλειας
- Αρχές Επικοινωνίας
- Είδη εξοπλισμού εκθέσεων και τρόπος λειτουργίας τους
- Βασικές αρχές εξυπηρέτησης και πληροφόρησης πελατείας
- Βασικές τεχνικές πωλήσεων
- Γνώσεις δημοσίων σχέσεων
- Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας
- Τεχνικές διαπραγματεύσεων
- Βασικές αρχές Μάρκετινγκ και ειδικότερα B2B και B2C
- Βασικές αρχές επιχειρησιακής επικοινωνίας
- Βασικές γνώσεις ψυχολογίας καταναλωτή

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Δημιουργία και ενημέρωση αρχείου συμμετεχόντων σε δράσεις/εκδηλώσεις
- Χρήση συστημάτων γραφείου
- Χρήση λογισμικού για τη δημιουργία παρουσιάσεων
- Τήρηση χρονοδιαγράμματος
- Σύνταξη περιεκτικών αναφορών
- Χρήση τεχνικών διαπραγματεύσεως

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4

«Αποκτά ευρύ φάσμα θεωρητικών γνώσεων και ανάλυσης πληροφοριών, που του επιτρέπουν να κατανοεί το πεδίο εργασίας ή σπουδής και να εφαρμόζει στοιχεία και διαδικασίες σε ένα γενικό πλαίσιο»

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5

«Κατέχει ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων οι οποίες απαιτούνται για την εξεύρεση δημιουργικών λύσεων σε αφηρημένα προβλήματα»

ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Επίπεδο χρήστη	Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων				
		Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια
	Βασικός	✓	-	✓	-	✓
	Ανεξάρτητος	-	✓	-	✓	-
	Έμπειρος	-	-	-	-	-
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ						
Βασικές Ικανότητες		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5:				
• Ικανότητα γραμματισμού • Πολυγλωσσική ικανότητα • Ψηφιακή ικανότητα • Προσωπική, κοινωνική και μεταγνωστική ικανότητα • Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης • Ικανότητα του επιχειρείν		«Μπορεί να επιτελεί ρόλο διαχειριστή και να επιβλέπει στο πλαίσιο συγκεκριμένης εργασίας ή διαδικασίας μάθησης, όπου μπορεί να συμβαίνουν και απρόβλεπτες αλλαγές. Μπορεί να αναθεωρεί και να αναπτύσσει τόσο την προσωπική του απόδοση όσο και των άλλων ατόμων».				

ΚΕΛ 2 ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	
ΕΕΛ 2.1	ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΕ ΕΡΕΥΝΕΣ ΑΓΟΡΑΣ
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ
	2.1.1. Αναζητά δευτερογενείς πηγές πληροφόρησης
	2.1.2. Συμμετέχει στην υλοποίηση πρωτογενών ερευνών
	2.2.3. Συμμετέχει στην αξιολόγηση των στοιχείων από τις έρευνες αγοράς
2.2.4. Ενημερώνει και παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ερευνών	
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ: - Αναζητά δευτερογενείς πηγές πληροφόρησης από έρευνες αγοράς και κλαδικά έντυπα, τα επεξεργάζεται και τα αξιολογεί με τις οδηγίες του/της προϊσταμένου του/της και σε συνεργασία με τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας - Συμμετέχει στην υλοποίηση πρωτογενών ερευνών παρέχοντας στοιχεία από την επιχείρησή του/της με τις οδηγίες των ανωτέρων του/της και επικοινωνεί με την εταιρία ερευνών αγοράς σχετικά με διαδικαστικά ζητήματα τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. - Συμμετέχει στην αξιολόγηση των στοιχείων από τις έρευνες αγοράς αντλώντας εκείνα που προσφέρουν κατεύθυνση για τις δραστηριότητες Μάρκετινγκ της επιχείρησής του/της υπό τις οδηγίες των ανωτέρων του/της - Ενημερώνει και παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ερευνών στα τμήματα της επιχείρησής του/της τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας, τις τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού και τηρώντας το εθνικό προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.	
ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ <i>Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:</i> Έδρα Επιχείρησης, Επαγγελματικός χώρος εργαζόμενου/νης με τη βοήθεια υπολογιστή και τηλεφώνου. Επικοινωνία με τα στελέχη της επιχείρησης. <i>Μέσα/εργαλεία/υλικά:</i> Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με σύνδεση στο διαδίκτυο και συνδεδεμένες συσκευές, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας. Προσωπικός Ηλεκτρονικός Υπολογιστής συνδεδεμένος στο δίκτυο της επιχείρησης με δυνατότητα πρόσβασης στο πληροφοριακό σύστημα οικονομικών και λοιπών συναλλαγών με την πελατεία. Επικοινωνία με στελέχη οικονομικού τμήματος επιχείρησης και με πελάτες (αγοραστές – χρήστες). Επικοινωνία με εξωτερικούς συνεργάτες. Ιστορικά στοιχεία πωλήσεων. Τυπώνει και συμπληρώνει προκαθορισμένες φόρμες αναφορών της επιχείρησης. Έντυπα ISO (αν χρειάζεται). Λογισμικό. Έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος, κλαδικές μελέτες / εργασίες/ Στατιστικά στοιχεία. <i>Παραγόμενη υπηρεσία:</i> Ανάλυση του περιβάλλοντος της αγοράς <i>Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:</i> Κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας. Οδηγίες προϊσταμένου/ης. Πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. Εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. Τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού.	
ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ Επίπεδο 2 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων: «Αποκτά βασικές γενικές γνώσεις, που σχετίζονται με ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής, που του επιτρέπουν να αντιλαμβάνεται τις διαδικασίες εφαρμογής βασικών καθηκόντων και οδηγιών».	

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: • Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ • Βασικές αρχές και τεχνικές επιχειρησιακής επικοινωνίας • Βασικές αρχές και διαδικασίες έρευνας αγοράς • Βασικές γνώσεις Στατιστικής (Περιγραφική Στατιστική) • Γνώσεις χειρισμού αριθμητικών δεδομένων • Τμηματοποίηση Αγοράς • Συμπεριφορά καταναλωτή • Χρήση λογισμικού στατιστικής επεξεργασίας • Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών • Ερμηνεία πληροφοριών από στατιστικούς πίνακες και διαγράμματα • Βασικές Αρχές Λογιστικής Κόστους		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5 «Διαθέτει ευρείες, εξειδικευμένες, αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής και έχει επίγνωση των ορίων και των γνώσεων αυτών»				
ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: • Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις. ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ • Συλλογή και αξιολόγηση πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών • Ανάλυση και επεξεργασία δεδομένων • Χρήση εργαλείων μέτρησης και ανάλυσης • Αξιολόγηση εργαλείων μέτρησης • Ανάλυση των τάσεων της αγοράς • Παραγωγή πινάκων, διαγραμμάτων και γραφικών παρουσιάσεων • Ηλεκτρονική καταχώριση δεδομένων σε λίστες και βάσεις δεδομένων • Επικοινωνία και παρουσίαση αποτελεσμάτων σε ομάδες		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5 «Κατέχει ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων οι οποίες απαιτούνται για την εξεύρεση δημιουργικών λύσεων σε αφηρημένα προβλήματα»				
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Επίπεδο χρήστη	Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων				
		Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια
	Βασικός	-	-	-	-	✓
	Ανεξάρτητος	-	✓	✓	✓	-
Εμπειρος		✓	-	-	-	-
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ Βασικές Ικανότητες • Ικανότητα γραμματισμού • Πολυγλωσσική ικανότητα • Μαθηματική ικανότητα και ικανότητα στις θετικές επιστήμες, την τεχνολογία		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5: «Μπορεί να επιτελεί ρόλο διαχειριστή και να επιβλέπει στο πλαίσιο συγκεκριμένης εργασίας ή διαδικασίας μάθησης, όπου μπορεί να συμβαίνουν και απρόβλεπτες αλλαγές. Μπορεί να αναθεωρεί και να αναπτύσσει τόσο την προσωπική του απόδοση όσο και των άλλων ατόμων».				

ΕΕΛ 2.2.	ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ
	2.2.1. Διερευνά τις ενέργειες του ανταγωνισμού 2.2.2. Εξετάζει την τιμολογιακή πολιτική του ανταγωνισμού

2.2.3. Ελέγχει τη θέση των προϊόντων της επιχείρησης στα κανάλια διανομής

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ:

- Διερευνά τις ενέργειες του ανταγωνισμού, ζωντανά και ψηφιακά, με την καθοδήγηση του /της προϊστάμενου/η και τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα ώστε να συνεισφέρει στη διαμόρφωση της στρατηγικής Μάρκετινγκ της επιχείρησής του/της.
- Εξετάζει την τιμολογιακή πολιτική του ανταγωνισμού αναζητώντας τη συσχέτιση με τα προϊόντα της επιχείρησής του/της, διερευνώντας τη σχέση ποιότητας/τιμής των αγαθών της δικής του/της επιχείρησης σε σχέση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα, ενημερώνοντας τα αρμόδια τμήματα της επιχείρησής του /της ακολουθώντας μεθόδους γραφικής παρουσίασης δεδομένων και τηρώντας τους κανόνες της ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας.
- Ελέγχει τη θέση των προϊόντων της επιχείρησης στα κανάλια διανομής κάνοντας έρευνα, ζωντανά και ψηφιακά, με τις οδηγίες του/της προϊστάμενου/ης.

ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας

Έδρα Επιχείρησης, Επαγγελματικός χώρος εργαζόμενου/νης με τη βοήθεια υπολογιστή και τηλεφώνου. Επικοινωνία με τα στελέχη της επιχείρησης.

Μέσα/εργαλεία/υλικά:

Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με σύνδεση στο διαδίκτυο και συνδεδεμένες συσκευές, λογισμικό, συσκευές επικοινωνίας. Προσωπικός Ηλεκτρονικός Υπολογιστής συνδεδεμένος στο δίκτυο της επιχείρησης με δυνατότητα πρόσβασης στο πληροφοριακό σύστημα οικονομικών και λοιπών συναλλαγών με την πελατεία. Επικοινωνία με στελέχη οικονομικού τμήματος επιχείρησης και με πελάτες (αγοραστές – χρήστες). Ιστορικά στοιχεία πωλήσεων. Τυπώνει και συμπληρώνει προκαθορισμένες φόρμες αναφορών της επιχείρησης. Έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος, κλαδικές μελέτες / εργασίες/ Στατιστικά στοιχεία. Σημειωματάριο. Εφαρμογές γραφείου (π.χ. επεξεργασία κειμένου, υπολογιστικά φύλλα, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο). Παρουσιάσεις (ppt).

Παραγόμενη υπηρεσία:

Αναζήτηση στοιχείων για τον ανταγωνισμό

Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:

Οδηγίες προϊστάμενου/ης. Πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. Μέθοδοι γραφικής παρουσίασης δεδομένων. Κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας

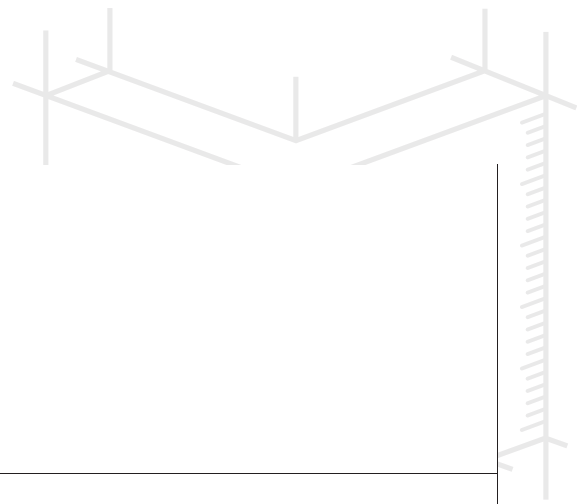
ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν επίπεδο 4 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων και στο επίπεδο 3 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (στις περιπτώσεις αποφοίτων ΕΠΑΣ).

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Βασικές αρχές Μάρκετινγκ
- Βασικές γνώσεις Στατιστικής (Περιγραφική Στατιστική)
- Βασικές γνώσεις Λογιστικής Κόστους
- Βασικές γνώσεις Στρατηγικού Μάρκετινγκ
- Έρευνα Αγοράς
- Τμηματοποίηση Αγοράς
- Συμπεριφορά καταναλωτή
- Χρήση λογισμικού στατιστικής επεξεργασίας
- Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών
- Ερμηνεία πληροφοριών από στατιστικούς πίνακες και διαγράμματα
- Καλές γνώσεις εφαρμογών αυτοματισμού γραφείου και υπηρεσιών διαδικτύου

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5
«Διαθέτει ευρείες, εξειδικευμένες, αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής και έχει επίγνωση των ορίων και των γνώσεων αυτών »



- Αναγνώριση των ειδών των οικονομικών και λογιστικών καταστάσεων και αναφορών - Βασικές τεχνικές εξόρυξης δεδομένων, συγκέντρωσης και ταξινόμησης πληροφοριών με χρήση εφαρμογών Η/Υ. - Τεχνικές διαδικασίες και ελάχιστες προδιαγραφές σύνταξης συνοπτικών αναφορών - Γνώση σύνταξης αναφορών σε ανωτέρους - Τεχνικές παρουσίασης - Βασικές γνώσεις παραμέτρων κόστους-ωφέλειας - Γνώσεις χειρισμού αριθμητικών δεδομένων						
ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις.						
ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ - Ανάλυση ανταγωνιστών - Συλλογή και αξιολόγηση πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών - Ανάλυση των τάσεων της αγοράς - Χρήση εργαλείων ή τεχνικών ανάλυσης καταναλωτικών συνηθειών και καταναλωτικής συμπεριφοράς του κοινού - Εφαρμογή διαδικασιών συλλογής και ανάλυσης δεδομένων - Ανάλυση αναγκών του κοινού - Ανάλυση και επεξεργασία δεδομένων - Ηλεκτρονική καταχώρηση δεδομένων σε λίστες και βάσεις δεδομένων - Χρήση εργαλείων μέτρησης και ανάλυσης - Δημιουργία αναφορών και παρουσιάσεων για τα αποτελέσματα των μετρήσεων - Επικοινωνία και παρουσίαση αποτελεσμάτων σε ομάδες - Κατανόηση πελατών		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5 «Κατέχει ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων οι οποίες απαιτούνται για την εξεύρεση δημιουργικών λύσεων σε αφηρημένα προβλήματα»				
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Επίπεδο χρήστη	Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων				
		Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια
	Βασικός	✓	-	-	-	✓
	Ανεξάρτητος	-	✓	✓	✓	-
Εμπειρος		-	-	-	-	-
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ Βασικές Ικανότητες - Ικανότητα γραμματισμού - Μαθηματική ικανότητα και ικανότητα στις θετικές επιστήμες, την τεχνολογία - Προσωπική, κοινωνική και μεταγνωστική ικανότητα		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5: «Μπορεί να επιτελεί ρόλο διαχειριστή και να επιβλέπει στο πλαίσιο συγκεκριμένης εργασίας ή διαδικασίας μάθησης, όπου μπορεί να συμβαίνουν και απρόβλεπτες αλλαγές. Μπορεί να αναθεωρεί και να αναπτύσσει τόσο την προσωπική του απόδοση όσο και των άλλων ατόμων».				

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

2.3.1. Συμμετέχει στην έρευνα για τη δημιουργία νέων προϊόντων

2.3.2. Συμβάλλει στην επιλογή προϊόντων προς πώληση από την επιχείρηση

2.3.3. Συμμετέχει στη δημιουργία μίγματος προϊόντων και υπηρεσιών

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ:

- Συμμετέχει στην έρευνα για τη δημιουργία νέων προϊόντων προτείνοντας ιδέες για δημιουργία νέων προϊόντων ή βελτίωση, ανανέωση ή εμπλουτισμό των υπαρχόντων, ακολουθώντας τις μεθόδους γραφικής παρουσίασης δεδομένων, αναζητώντας και προτείνοντας και κατάλληλους προμηθευτές και τηρώντας τα περιβαλλοντικά πρότυπα και τις αρχές προστασίας του περιβάλλοντος.
- Συμβάλλει στην επιλογή προϊόντων προς πώληση από την επιχείρηση αναζητώντας στοιχεία για την πορεία τους στην αγορά τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα.
- Συμμετέχει στη δημιουργία μίγματος προϊόντων και υπηρεσιών ή πακέτων που θα προσφέρονται από την επιχείρηση αναζητώντας νέους τρόπους προσφοράς των προϊόντων στην αγορά, προτείνοντας συνδυασμούς προϊόντων και υπηρεσιών που είναι καινοτόμοι και τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας και τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα.

ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:

Έδρα Επιχείρησης, Επαγγελματικός χώρος εργαζόμενου/νης με τη βοήθεια υπολογιστή και τηλεφώνου. Επικοινωνία με τα στελέχη της επιχείρησης.

Μέσα/εργαλεία/υλικά:

Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με σύνδεση στο διαδίκτυο και συνδεδεμένες συσκευές, λογισμικό, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας. Προσωπικός Ηλεκτρονικός Υπολογιστής συνδεδεμένος στο δίκτυο της επιχείρησης με δυνατότητα πρόσβασης στο πληροφοριακό σύστημα οικονομικών και λοιπών συναλλαγών με την πελατεία. Επικοινωνία με στελέχη οικονομικού τμήματος επιχείρησης και με πελάτες (αγοραστές – χρήστες). Ιστορικά στοιχεία πωλήσεων. Παρουσιάσεις (ppt). Έντυπος και ηλεκτρονικός τύπος, κλαδικές μελέτες / εργασίες/ Στατιστικά στοιχεία.

Παραγόμενη υπηρεσία:

Ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών

Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:

Οδηγίες προϊσταμένου/ης. Πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. Κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας. Περιβαλλοντικά πρότυπα, αρχές προστασίας του περιβάλλοντος. Μέθοδοι γραφικής παρουσίασης δεδομένων.

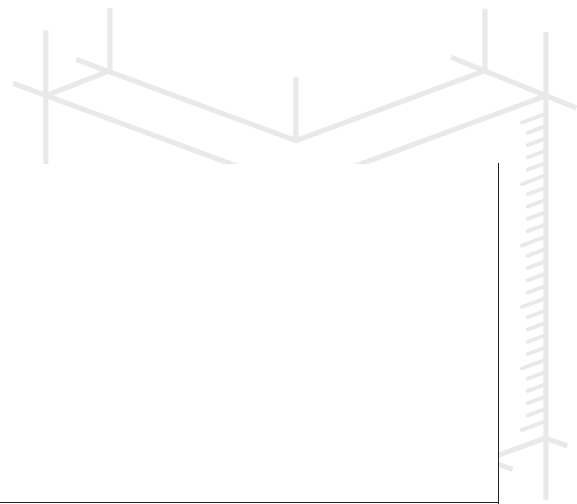
ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν επίπεδο 4 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων και στο επίπεδο 3 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (στις περιπτώσεις αποφοίτων ΕΠΑΣ).

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ
- Βασικές γνώσεις στρατηγικού Μάρκετινγκ
- Βασικές Αρχές Στατιστικής (Περιγραφική Στατιστική)
- Έρευνα Αγοράς
- Τμηματοποίηση Αγοράς
- Συμπεριφορά καταναλωτή
- Χρήση λογισμικού στατιστικής επεξεργασίας
- Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών
- Ερμηνεία πληροφοριών από στατιστικούς πίνακες και διαγράμματα

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5
«Διαθέτει ευρείες, εξειδικευμένες, αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής και έχει επίγνωση των ορίων και των γνώσεων αυτών»



• Βασικές Αρχές Λογιστικής Κόστους • Αναγνώριση των ειδών των οικονομικών και λογιστικών καταστάσεων και αναφορών • Βασικές γνώσεις παραμέτρων κόστους-ωφέλειας • Χειρισμός αριθμητικών δεδομένων • Γνώσεις σύνταξης αναφοράς σε ανωτέρους • Τεχνικές παρουσίασης • Βασικές αρχές επιχειρησιακής επικοινωνίας. • Βασικές γνώσεις TQM • Βασικές γνώσεις εξόρυξης δεδομένων, συγκέντρωσης και ταξινόμησης πληροφοριών με χρήση εφαρμογών Η/Υ.						
ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: • Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις.						
ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ • Συλλογή και αξιολόγηση πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών • Ανάλυση των τάσεων της αγοράς • Ανάλυση αναγκών του κοινού • Ανάλυση και επεξεργασία δεδομένων • Χρήση εργαλείων μέτρησης και ανάλυσης • Ανάλυση αποτελεσμάτων και δημιουργία αναφορών • Δημιουργία αναφορών και παρουσιάσεων για τα αποτελέσματα των μετρήσεων • Εφαρμογή διαδικασιών συλλογής και ανάλυσης δεδομένων • Χρήση προγραμμάτων παρουσιάσεων • Κατανόηση επιχειρηματικού περιβάλλοντος • Παραγωγή πινάκων, διαγραμμάτων, αναφορών, γραφικών παραστάσεων • Ανάλυση των καταναλωτικών συνθηκών και της καταναλωτικής συμπεριφοράς του κοινού • Επικοινωνία και παρουσίαση αποτελεσμάτων σε ομάδες						
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων					
	Επίπεδο χρήστη	Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια
	Βασικός	✓	-	-	-	✓
	Ανεξάρτητος	-	✓	✓	✓	-
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5: «Μπορεί να επιτελεί ρόλο διαχειριστή και να επιβλέπει στο πλαίσιο συγκεκριμένης εργασίας ή διαδικασίας μάθησης, όπου μπορεί να συμβαίνουν και απρόβλεπτες αλλαγές. Μπορεί να αναθεωρεί και να αναπτύσσει τόσο την προσωπική του απόδοση όσο και των άλλων ατόμων».						
Βασικές Ικανότητες • Ικανότητα γραμματισμού • Πολυγλωσσική ικανότητα • Ικανότητα του επιχειρείν • Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης						

ΕΝΙΣΧΥΕΙ ΤΙΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΠΕΛΑΤΕΙΑ

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ

ΕΕΛ 3.1

3.1.1. Ενημερώνει τη βάση δεδομένων της πελατείας

3.1.2. Ελέγχει την ποιότητα της εμπειρίας της πελατείας

3.1.3 Διαχειρίζεται τη διάδραση με την πελατεία

3.1.4. Συμμετέχει σε forum συζητήσεων στην πλατφόρμα της επιχείρησης

3.1.5. Επισκέπτεται την πελατεία της επιχείρησης

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ:

- Ενημερώνει τη βάση δεδομένων της πελατείας με βάση τον συστημικό τρόπο που του/της προτείνεται επικαιροποιώντας τα στοιχεία που υπάρχουν, τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα καθώς και το εθνικό πλαίσιο διαφύλαξης προσωπικών δεδομένων.
- Ελέγχει την ποιότητα της εμπειρίας της πελατείας μέσα από ερωτηματολόγια ή επαφές με την πελατεία αναζητώντας αξιολόγηση και ενημερώνοντας την επιχείρησή του/της για τα αποτελέσματα τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας και τις τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού.
- Διαχειρίζεται τη διάδραση με την πελατεία προσφέροντας ευκαιρίες για τη δημιουργία της και διαχειριζόμενος/η την άρτια, σύμφωνα με τις οδηγίες των ανωτέρων του/της
- Συμμετέχει σε forum συζητήσεων στην πλατφόρμα της επιχείρησης τηρώντας τη φιλοσοφία της επιχείρησής του/της και ακολουθώντας τις οδηγίες του/της προϊσταμένου του/της.
- Επισκέπτεται την πελατεία της επιχείρησης στους χώρους όπου υπάρχουν πελάτες λιανικής και χονδρικής πώλησης ώστε να δημιουργεί και να συσφίγγει τις σχέσεις ανάμεσα στην πελατεία και την επιχείρηση

ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:

Έδρα Επιχείρησης, Επαγγελματικός χώρος εργαζόμενου/νης με τη βοήθεια υπολογιστή και τηλεφώνου. Επικοινωνία με πελατεία.

Χώροι όπου υπάρχουν πελάτες λιανικής και χονδρικής πώλησης.

Μέσα/εργαλεία/υλικά:

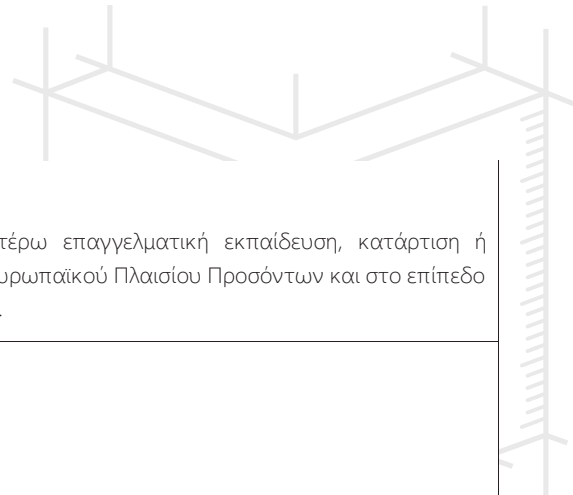
Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με σύνδεση στο διαδίκτυο και συνδεδεμένες συσκευές, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας. Διαφημιστικά φυλλάδια, δείγματα προϊόντων, προωθητικό υλικό. Προσωπικός Ηλεκτρονικός Υπολογιστής συνδεδεμένος στο δίκτυο της επιχείρησης με δυνατότητα πρόσβασης στο πληροφοριακό σύστημα οικονομικών και λοιπών συναλλαγών με την πελατεία. Τεχνικά εγχειρίδια/προδιαγραφές προϊόντων. Σχετικές επιστολές προσέγγισης (Marketing) για την ενημέρωση των πελατών. Λογισμικό. Συνδεδεμένες με τον υπολογιστή συσκευές. Εφαρμογές γραφείου (π.χ. επεξεργασία κειμένου, υπολογιστικά φύλλα, ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, παρουσιάσεις). Χρήση λογισμικού προγράμματος καρτελών πελατών.

Παραγόμενη υπηρεσία:

Συμβολή στην εξυπηρέτηση της πελατείας

Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:

Πλαίσιο διαφύλαξης προσωπικών δεδομένων. Οδηγίες προϊσταμένου/ης. Πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. Εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας. Τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού.



ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν επίπεδο 4 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων και στο επίπεδο 3 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (στις περιπτώσεις αποφοίτων ΕΠΑΣ).

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Βασικές αρχές Μάρκετινγκ
- Βασικές αρχές Merchandising
- Βασικές γνώσεις TQM
- Βασικές αρχές εξυπηρέτησης και πληροφόρησης πελατών
- Συμπεριφορά Καταναλωτή
- Τεχνικές Πωλήσεων
- Γνώσεις εφαρμογών αυτοματισμού γραφείου και υπηρεσιών διαδικτύου
- Βασικές αρχές εξόρυξης δεδομένων, συγκέντρωσης και ταξινόμησης πληροφοριών με τη χρήση εφαρμογών Η/Υ
- Βασικές γνώσεις δημοσίων σχέσεων
- Βασικές αρχές νομοθεσίας προστασίας του καταναλωτή
- Αρχές διαπροσωπικής και επιχειρησιακής επικοινωνίας
- Τεχνικές διαπραγματεύσεων
- Κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς
- Αρχές ομαδικής εργασίας
- Κανόνες υγείας και ασφάλειας στους εργασιακούς χώρους
- Τμηματοποίηση Αγοράς
- Χρήση λογισμικού στατιστικής επεξεργασίας
- Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών
- Ερμηνεία πληροφοριών από στατιστικούς πίνακες και διαγράμματα
- Βασικές Αρχές Λογιστικής Κόστους
- Αναγνώριση οικονομικών και λογιστικών αναφορών
- Γνώσεις της διαδικασίας εκτίμησης των αναγκών, προτύπων ποιότητας υπηρεσιών και ικανοποίησης της πελατείας
- Βασικές γνώσεις ψυχολογίας

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5
«Διαθέτει ευρείες, εξειδικευμένες, αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής και έχει επίγνωση των ορίων και των γνώσεων αυτών»

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Επικοινωνία με πελάτες
- Διαχείριση αρχείου πελατών
- Χρήση προγραμμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Ηλεκτρονική καταχώρηση δεδομένων σε λίστες και βάσεις δεδομένων
- Χρήση σύγχρονων τεχνολογιών ενημέρωσης των αρχείων των πελατών (CRM)
- Διαχείριση μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Σύνταξη εταιρικών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Επίδειξη και παρουσίαση προϊόντων
- Παροχή συμβουλών σε πελάτες σχετικά με την επιλογή προϊόντων
- Προώθηση προϊόντων

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5
«Κατέχει ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων οι οποίες απαιτούνται για την εξεύρεση δημιουργικών λύσεων σε αφηρημένα προβλήματα»

Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων

ΨΗΦΙΑΚΕΣ
ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

Επίπεδο χρήστη

Επεξεργασία
Δεδομένων

Δημιουργία
Περιεχομένου

Επικοινωνία

Επίλυση
Προβλημάτων

Ασφάλεια

	Βασικός	✓	-	-	-	-
	Ανεξάρτητος	-	✓	-	-	-
	Έμπειρος	-	-	✓	✓	✓
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ						
Βασικές Ικανότητες		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5: «Μπορεί να επιτελεί ρόλο διαχειριστή και να επιβλέπει στο πλαίσιο συγκεκριμένης εργασίας ή διαδικασίας μάθησης, όπου μπορεί να συμβαίνουν και απρόβλεπτες αλλαγές. Μπορεί να αναθεωρεί και να αναπτύσσει τόσο την προσωπική του απόδοση όσο και των άλλων ατόμων».				
• Ικανότητα γραμματισμού • Πολυγλωσσική ικανότητα • Προσωπική, κοινωνική και μεταγνώστική ικανότητα • Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης • Ικανότητα του πολίτη						

ΕΕΛ 3.2.	ΕΠΙΛΥΕΙ ΠΑΡΑΠΟΝΑ ΚΑΙ ΑΙΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΕΛΑΤΕΙΑΣ
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ
	3.2.1. Διαχειρίζεται τα παράπονα και τα αιτήματα που προκύπτουν
	3.2.2. Απαντά σε ψηφιακά παράπονα
	3.2.3. Επεξεργάζεται στατιστικά τα παράπονα των πελατών
	3.3.4. Συμβάλλει στη δημιουργία πρότυπου επίλυσης παραπόνων
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ:	
• Διαχειρίζεται τα παράπονα και τα αιτήματα που προκύπτουν με επαγγελματικό τρόπο, σύμφωνα με τις αρχές της εταιρίας και τις οδηγίες του/της προϊσταμένου, αναζητώντας τρόπους επίλυσής τους ακολουθώντας τις αρχές διαχείρισης παραπόνων και τηρώντας το εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. • Απαντά σε ψηφιακά παράπονα, αναζητώντας τα στο διαδίκτυο ή στα forums, σύμφωνα με τις οδηγίες των ανωτέρων του/της, ακολουθώντας τις αρχές διαχείρισης παραπόνων και τηρώντας το εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. • Επεξεργάζεται στατιστικά τα παράπονα και τις απαιτήσεις/ανάγκες της πελατείας χρησιμοποιώντας τεχνικές συλλογής και αποτύπωσης απαιτήσεων και δημιουργώντας τα ανάλογα αρχεία, ακολουθώντας τις αρχές της στατιστικής επεξεργασίας δεδομένων, τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα καθώς και το εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. • Συμβάλλει στη δημιουργία πρότυπου επίλυσης παραπόνων δημιουργώντας λίστες παραπόνων με προτεινόμενους τρόπους διαχείρισής τους με τις οδηγίες του/της προϊσταμένου/ης του/της, ώστε να υπάρχει ομοειδής αντιμετώπισή τους από τους εργαζόμενους στην επιχείρηση τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας και τις τυπικές διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού.	
ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ	
Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:	
Έδρα Επιχείρησης. Επαγγελματικός χώρος εργαζόμενου/νης με τη βοήθεια υπολογιστή και τηλεφώνου. Επικοινωνία με πελατεία. Επικοινωνία με τα στελέχη της επιχείρησης. Χώρος πελάτη (επιχειρήσεις του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα). Χώροι όπου υπάρχουν πελάτες.	
Μέσα/εργαλεία/υλικά:	
Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές με σύνδεση στο διαδίκτυο και συνδεδεμένες συσκευές, λογισμικό, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας. Προσωπικός Ηλεκτρονικός Υπολογιστής συνδεδεμένος στο δίκτυο της επιχείρησης με δυνατότητα πρόσβασης στο πληροφοριακό σύστημα οικονομικών και λοιπών συναλλαγών με την πελατεία. Επικοινωνία με στελέχη της επιχείρησης και με πελάτες (αγοραστές – χρήστες). Τυπώνει και συμπληρώνει προκαθορισμένες φόρμες αναφορών της επιχείρησης. Έντυπα ISO (αν εφαρμόζεται). Στατιστικά στοιχεία. Σημειωματάριο.	



Παραγόμενη υπηρεσία:

Διαχείριση παραπόνων και αιτημάτων πελατείας

Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:

Οδηγίες προϊσταμένου/ης. Αρχές διαχείρισης παραπόνων. Αρχές στατιστικής επεξεργασίας δεδομένων. Τεχνικές συλλογής και αποτύπωσης απαιτήσεων. Πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. Εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας. Τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού.

ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν επίπεδο 4 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων και στο επίπεδο 3 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (στις περιπτώσεις αποφοίτων ΕΠΑΣ).

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Συμπεριφορά καταναλωτή
- Χρήση λογισμικού στατιστικής επεξεργασίας
- Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών
- Ερμηνεία πληροφοριών από στατιστικούς πίνακες και διαγράμματα
- Βασικές αρχές εξόρυξης δεδομένων, συγκέντρωσης και ταξινόμησης πληροφοριών με τη χρήση εφαρμογών Η/Υ
- Βασικές γνώσεις δημιουργίας και χειρισμού συγκεντρωτικών πινάκων δεδομένων
- Βασικές γνώσεις τεχνικών διαπραγμάτευσης
- Βασικές αρχές διαχείρισης και επίλυσης προβλημάτων
- Βασικές αρχές Ψυχολογίας (κοινωνικής ψυχολογίας)
- Βασικοί κανόνες σύνταξης αναφορών

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5
«Διαθέτει ευρείες, εξειδικευμένες, αντικειμενικές και θεωρητικές γνώσεις σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής και έχει επίγνωση των ορίων και των γνώσεων αυτών»

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις.

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Επικοινωνία με πελάτες
- Εξυπηρέτηση πελατών
- Χειρισμός αντιρρήσεων και παραπόνων πελατών
- Χρήση τεχνικών διαπραγμάτευσης
- Σύνταξη εταιρικών μηνυμάτων ηλεκτρονικού ταχυδρομείου
- Συλλογή και αξιολόγηση πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών
- Ηλεκτρονική καταχώρηση δεδομένων σε λίστες και βάσεις δεδομένων
- Παραγωγή πινάκων, διαγραμμάτων και γραφικών παρουσιάσεων
- Εφαρμογή διαδικασιών συλλογής και ανάλυσης δεδομένων
- Επικοινωνία και παρουσίαση αποτελεσμάτων σε ομάδες
- Αναζήτηση και ταξινόμηση πληροφοριών
- Σύνταξη περιεκτικών αναφορών και παρουσιάσεων
- Παροχή συμβουλών σε πελάτες σχετικά με την επιλογή προϊόντων

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5
«Κατέχει ευρύ φάσμα γνωστικών και πρακτικών δεξιοτήτων οι οποίες απαιτούνται για την εξεύρεση δημιουργικών λύσεων σε αφηρημένα προβλήματα»

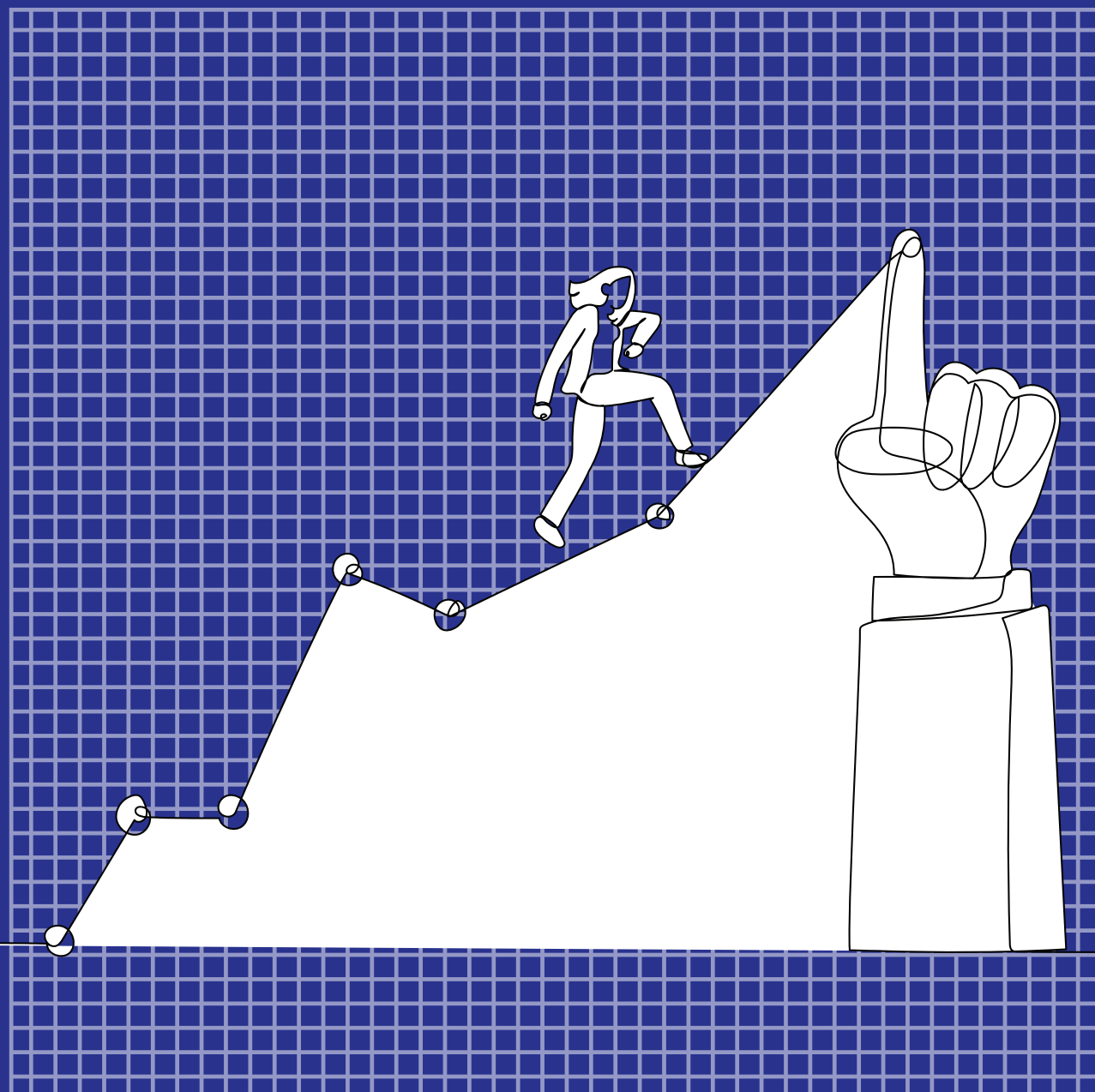
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Επίπεδο χρήστη	Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων				
		Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια

	Βασικός	✓	-	-	-	-
	Ανεξάρτητος	-	-	-	-	-
	Έμπειρος	-	✓	✓	✓	✓
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ Βασικές Ικανότητες • Ικανότητα γραμματισμού • Πολυγλωσσική ικανότητα • Προσωπική, κοινωνική και μεταγνωστική ικανότητα • Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης • Ψηφιακή ικανότητα • Ικανότητα του πολίτη		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 5: «Μπορεί να επιτελεί ρόλο διαχειριστή και να επιβλέπει στο πλαίσιο συγκεκριμένης εργασίας ή διαδικασίας μάθησης, όπου μπορεί να συμβαίνουν και απρόβλεπτες αλλαγές. Μπορεί να αναθεωρεί και να αναπτύσσει τόσο την προσωπική του απόδοση όσο και των άλλων ατόμων».				

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΓΝΩΣΕΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ & ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ISCED ³	
ISCED	ΕΠΙΠΕΔΟ 4
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ	Μπορεί να επιτελέσει αυτόνομα ποιοτικά και ποσοτικά εργασίες σε ένα συγκεκριμένο πεδίο εργασίας ή σπουδής που απαιτεί επαγγελματική επάρκεια. Έχει τη δυνατότητα να επιβλέπει την ποιότητα και ποσότητα της εργασίας άλλων ατόμων με υπευθυνότητα και αυτονομία. Επιδεικνύει αυξημένο επίπεδο βασικών ικανοτήτων που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για σπουδές ανώτατης εκπαίδευσης.

³ International Standard Classification of Education

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ
ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ
ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΚΤΗΣΗ ΤΩΝ
ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΩΝΤΩΝ



ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: «Υφιστάμενες και προτεινόμενες διαδρομές για την απόκτηση των απαιτούμενων προσόντων»

Οι υφιστάμενες εκπαιδευτικές διαδρομές είναι αυτές που προσδιορίζονται από νομοθετικές ρυθμίσεις, οι οποίες είναι σε ισχύ και περιγράφουν τις προϋποθέσεις για την απόκτηση επαγγελματικών αδειών και επαγγελματικών δικαιωμάτων για ένα συγκεκριμένο επάγγελμα.

Για το παρόν επαγγελματικό περίγραμμα δεν απαιτείται άδεια άσκησης επαγγέλματος.

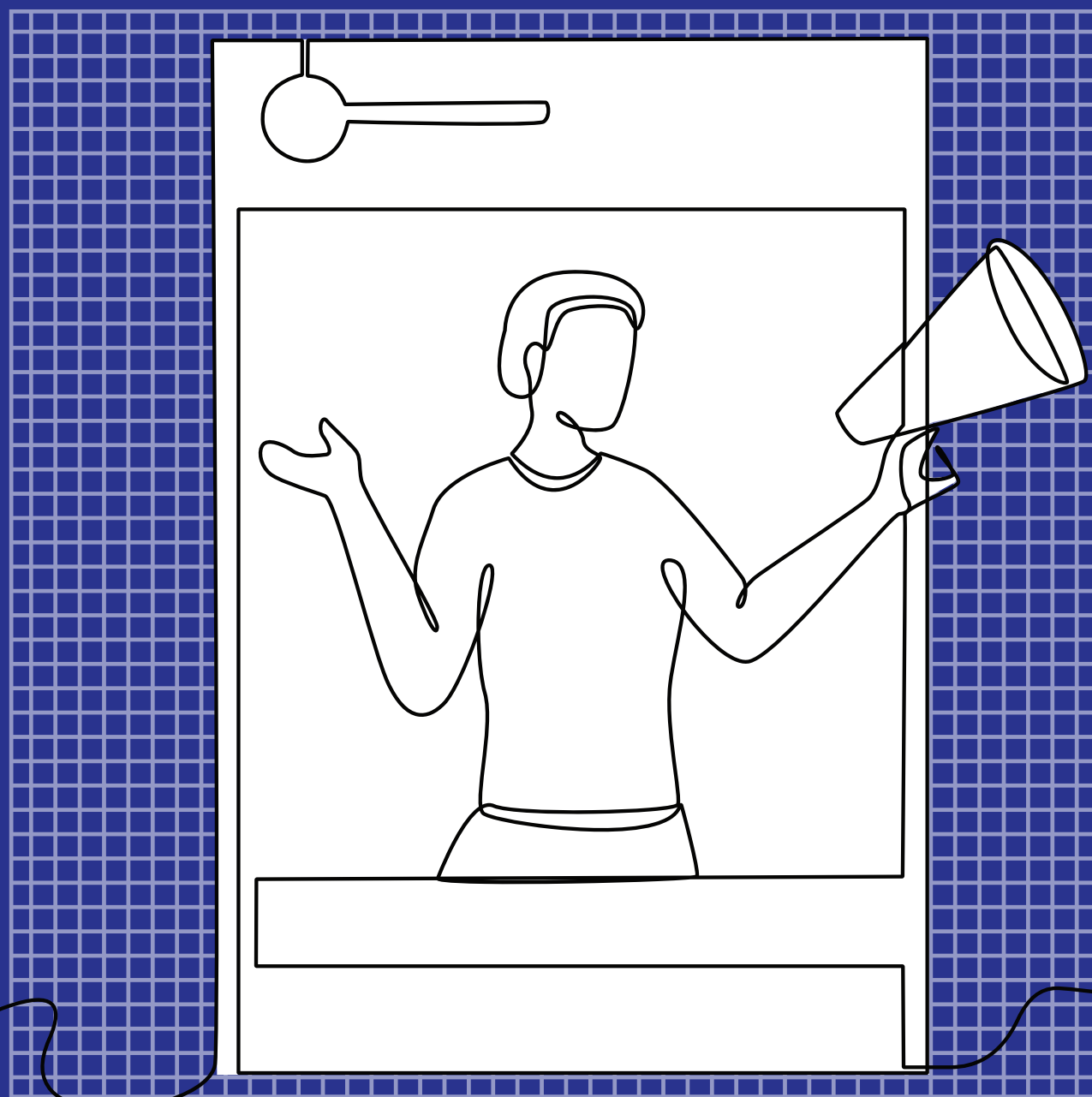
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

Οι παρακάτω διαδρομές δείχνουν τις εναλλακτικές επιλογές ως προς τα βήματα που μπορεί να ακολουθήσει κάποιος για να αποκτήσει τα απαιτούμενα προσόντα άσκησης του επαγγέλματος «Στέλεχος υποστήριξης μάρκετινγκ».

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

ΣΤΕΛΕΧΟΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	
1 ^η Διαδρομή	Δίπλωμα Σχολών Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης Σ.Α.Ε.Κ. (πρώην ΙΕΚ) επιπέδου 5 του Ε.Π.Π. στην ειδικότητα «Στέλεχος Εμπορίας και Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing) του Ν.4186/2013.
2 ^η Διαδρομή	- Δίπλωμα Σχολών Ανώτερης Επαγγελματικής Κατάρτισης Σ.Α.Ε.Κ. (πρώην ΙΕΚ) επιπέδου 5 του Ε.Π.Π. των ειδικοτήτων «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας», «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα της Ναυτιλίας», «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα του Τουρισμού», «Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον Τομέα της Υγείας» και συναφής επαγγελματική εμπειρία έξι (6) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος ή - Δίπλωμα, επιπέδου 5 του ΕΠΠ, Μεταλυκειακού Έτους - Τάξη Μαθητείας των ΕΠΑ.Λ της ειδικότητας «Υπάλληλος Διοίκησης και Οικονομικών Υπηρεσιών» και συναφής επαγγελματική εμπειρία έξι (6) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.
3 ^η Διαδρομή	Πτυχίο ΕΠΑΛ στην ειδικότητα «Υπάλληλος Εμπορίας και Διαφήμισης» συναφής επαγγελματική εμπειρία έξι (6) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.
4 ^η Διαδρομή	Πτυχίο ΕΠΑΛ «Υπάλληλος Διοίκησης και Οικονομικών Υπηρεσιών» ή ισότιμοι τίτλοι, συναφής επαγγελματική εμπειρία ένα (1) έτος, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.
5 ^η Διαδρομή	Πτυχίο Επαγγελματικών Σχολών (ΕΠΑ.Σ) Μαθητείας του ΟΑΕΔ του ν. 4763/2020 (Α' 254), επιπέδου 3/ του ΕΠΠ της ειδικότητας «Υπάλληλων Οικονομικών Καθηκόντων» ή ισότιμοι τίτλοι, συναφής επαγγελματική εμπειρία δεκαοκτώ (18) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.
6 ^η Διαδρομή	Απολυτήριο Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης - Συναφής επαγγελματική εμπειρία 2 ετών - Συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.

ΕΝΟΤΗΤΑ Ε
ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ
ΤΩΝ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΩΝ ΓΝΩΣΕΩΝ
ΚΑΙ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ



ΕΝΟΤΗΤΑ Ε «Ενδεικτικοί τρόποι αξιολόγησης των απαιτούμενων γνώσεων και δεξιοτήτων»

Η αξιολόγηση επαγγελματικών γνώσεων και δεξιοτήτων προϋποθέτει την επιλογή της κατάλληλης μεθόδου και των ανάλογων μεθοδολογικών εργαλείων, ανάλογα με το είδος των γνώσεων και δεξιοτήτων που πρόκειται να αξιολογηθούν, τον σκοπό της αξιολόγησης και, ενδεχομένως, τα χαρακτηριστικά του πληθυσμού-στόχου των εργαζόμενων που πρόκειται να αξιολογηθούν ως προς τις γνώσεις και δεξιότητές τους.

Στον πίνακα που ακολουθεί, προτείνονται ενδεικτικοί τρόποι αξιολόγησης του συνόλου των απαιτούμενων Γνώσεων και Δεξιοτήτων ανά Επιμέρους Επαγγελματική Λειτουργία:

ΕΕΛ	ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ	
	Γνώσεων	Δεξιοτήτων
ΕΕΛ 1.1 Υποστηρίζει τις ενέργειες Μάρκετινγκ της Επιχείρησης	Γραπτές Εξετάσεις, Τέστ Πολλαπλών Απαντήσεων, Εκπόνηση Εργασιών.	Γραπτές Εξετάσεις, Προφορικές Εξετάσεις, Εκπόνηση εργασιών, Ανάλυση περιπτώσεων (case studies)
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Οι γνώσεις μπορούν να πιστοποιηθούν στο θεωρητικό επίπεδο μέσω γραπτής εξέτασης και τέστ πολλαπλών επιλογών. Οι δεξιότητες σχετίζονται κυρίως με τις ενέργειες επικοινωνίας. Η προφορική εξέταση δίνει τη δυνατότητα να αποδείξει ο εξεταζόμενος τις δεξιότητές του σε αυτές. Όσον αφορά στις δεξιότητες ενδείκνυται η γραπτή εξέταση, όπου ο/η εξεταζόμενος/η θα πρέπει να προβεί σε υπολογισμούς προκειμένου να πιστοποιηθεί η δυνατότητά του/της να υπολογίζει. Επίσης ενδείκνυται η εκπόνηση εργασιών και η ανάλυση περιπτώσεων (case studies) όπου αναδεικνύονται οι δεξιότητες του/της υποψήφιου/ας.	
ΕΕΛ 1.2 Συμβάλλει στη Ψηφιακή προώθηση της Επιχείρησης και των Προϊόντων	Γραπτή εξέταση, Τέστ πολλαπλών επιλογών, Επίδειξη χρήσης Ψηφιακών Εργαλείων	Επίδειξη χρήσης Ψηφιακών Εργαλείων, Παρατήρηση Εκτέλεσης Εργασίας, Προφορική εξέταση
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που απαιτούνται για τη συγκεκριμένη εργασία σχετίζονται κυρίως με τη χρήση ψηφιακών εργαλείων. Οι γνώσεις μπορούν να πιστοποιηθούν στο θεωρητικό επίπεδο μέσω γραπτής εξέτασης πολλαπλών επιλογών. Γνώσεις και δεξιότητες, καθώς και η ικανότητά του/της στη χρήση της γλώσσας, μπορούν να πιστοποιηθούν με την επίδειξη χρήσης ψηφιακών εργαλείων, Οι δεξιότητες σχετίζονται κυρίως με τη χρήση των ψηφιακών δυνατοτήτων. Η προφορική εξέταση δίνει τη δυνατότητα να αποδείξει ο εξεταζόμενος τις δεξιότητές του σε αυτήν. Η παρατήρηση εκτέλεσης εργασίας μπορεί να υλοποιηθεί εφόσον υπάρχει ο υλικοτεχνικός εξοπλισμός και έχει προηγηθεί η κατάλληλη εκπαίδευση.	
ΕΕΛ 1.3.	Γραπτή εξέταση, Τέστ πολλαπλών επιλογών	Γραπτή εξέταση, Τέστ πολλαπλών επιλογών

Υποστηρίζει τη Συμμετοχή της Εταιρείας σε Εκθέσεις		Χρήση πολυμέσων
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Θα μπορούσε να αναπτυχθεί ψηφιακό τεστ με χρήση πολυμέσων, με προσομοίωση εκθεσιακού χώρου, όπου ο/η εξεταζόμενος/η θα καλείται να επιλέξει μεταξύ συγκεκριμένων ενεργειών, προκειμένου να πιστοποιηθούν οι δεξιότητές του/της. Οι γνώσεις μπορούν να πιστοποιηθούν στο θεωρητικό επίπεδο μέσω γραπτής εξέτασης πολλαπλών επιλογών.	
ΕΕΛ 2.1. Συμμετέχει σε έρευνες αγοράς	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Για τις γνώσεις και τις δεξιότητες ενδείκνυται η γραπτή εξέταση και το τεστ πολλαπλών επιλογών, όπου ο/η εξεταζόμενος/η θα πρέπει να προβεί σε υπολογισμούς προκειμένου να πιστοποιηθεί η δυνατότητά του να υπολογίζει.	
ΕΕΛ 2.2. Ερευνά τον Ανταγωνισμό	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών, Ανάλυση περιπτώσεων (case studies)
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Οι ειδικές γνώσεις και δεξιότητες που απαιτούνται σχετίζονται με την παρατήρηση, την κρίση, καθώς και με θεωρητικές γνώσεις. Λειτουργική θεωρείται η γραπτή εξέταση με τη μέθοδο των πολλαπλών επιλογών. Όσον αφορά στις δεξιότητες ενδείκνυται η γραπτή εξέταση, όπου ο/η εξεταζόμενος/η θα πρέπει να προβεί σε υπολογισμούς προκειμένου να πιστοποιηθεί η δυνατότητά του/της να υπολογίζει, καθώς και η ανάλυση περιπτώσεων (case studies) για τη πιστοποίηση της ικανότητας αναζήτησης στοιχείων της αγοράς από τον/την εξεταζόμενο/η.	
ΕΕΛ 2.3. Συμμετέχει στην ανάπτυξη νέων Προϊόντων και Υπηρεσιών	Γραπτές Εξετάσεις, Τέστ Πολλαπλών Απαντήσεων, Εκπόνηση Εργασιών.	Γραπτές Εξετάσεις, Εκπόνηση Εργασιών, Ανάλυση περιπτώσεων (case studies)
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Οι ειδικές γνώσεις και δεξιότητες που απαιτούνται σχετίζονται με την παρατήρηση, την κρίση, καθώς και με θεωρητικές γνώσεις. Λειτουργική θεωρείται η γραπτή εξέταση με τη μέθοδο των πολλαπλών επιλογών. Στη γραπτή εξέταση θα μπορούσε να υπάρχει και ελεύθερη ερώτηση προκειμένου να διαπιστωθεί η φαντασία και δημιουργικότητα του/της εξεταζόμενου/ης. . Επίσης ενδείκνυται η εκπόνηση εργασιών και η ανάλυση περιπτώσεων (case studies) όπου αναδεικνύονται οι δεξιότητες του/της υποψήφιου/ας.	
ΕΕΛ 3.1. Ενισχύει τις Σχέσεις της Επιχείρησης με την Πελατεία	Γραπτές Εξετάσεις, Τεστ Πολλαπλών Απαντήσεων, Ανάλυση περιπτώσεων (case studies)	Γραπτές Εξετάσεις, Προφορικές Εξετάσεις, Τεστ Πολλαπλών Απαντήσεων.

Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Η γραπτή εξέταση προσφέρει τη δυνατότητα να αναδείξει ο/η εξεταζόμενος/η την ικανότητά του/της στην επικοινωνία και τη χρήση της γλώσσας. Οι δεξιότητες σχετίζονται κυρίως με την επικοινωνία. Η προφορική εξέταση δίνει τη δυνατότητα να αποδείξει ο εξεταζόμενος τις δεξιότητές του σε αυτήν. Το τεστ πολλαπλών επιλογών και η ανάλυση περιπτώσεων (case studies) πιστοποιούν τις δεξιότητες του/της υποψήφιου/ας.	
ΕΕΛ 3.2. Επιλύει παράπονα και αιτήματα της Πελατείας	Γραπτές Εξετάσεις, Τέστ Πολλαπλών Απαντήσεων, Εκπόνηση Εργασιών, Προφορική εξέταση	Γραπτές Εξετάσεις, Προφορικές Εξετάσεις, Εκπόνηση Εργασιών, Προσομοίωση Πώλησης (Role playing)
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του Στελέχους Υποστήριξης Μάρκετινγκ είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Στη γραπτή εξέταση θα μπορούσε να υπάρχει και ελεύθερη ερώτηση προκειμένου να διαπιστωθεί η δημιουργικότητα του/της εξεταζόμενου/ης στη διαχείριση δύσκολων καταστάσεων. Η εκπόνηση εργασίας που θα αφορά ένα υποθετικό παράπονο ή αίτημα και τη διαχείρισή του μπορεί να αναδείξει τις ικανότητες και τις δεξιότητές του/της εξεταζόμενου/ης. Οι δεξιότητες σχετίζονται κυρίως με την επικοινωνία. Η προφορική εξέταση δίνει τη δυνατότητα να αποδείξει ο/η εξεταζόμενος/η τις δεξιότητές του/της σε αυτήν. Λειτουργική θεωρείται η γραπτή εξέταση με τη μέθοδο των πολλαπλών επιλογών. Η προσομοίωση πώλησης (Role Playing) θα αναδείξει τις γνώσεις, τις ικανότητες και τις δεξιότητες του/της εξεταζόμενου/ης σε μια πραγματική επίσκεψη πώλησης.	

ΚΕΛ:	Κύρια Επαγγελματική Λειτουργία
ΕΕΛ:	Επιμέρους Επαγγελματική Λειτουργία
ΕΕ:	Επαγγελματική Εργασία
ΚΕΑ:	Κριτήρια Επαγγελματικής Ανταπόκρισης
ΕυΕ:	Εύρος Εφαρμογής
Ε.Π.	Επαγγελματικό Περίγραμμα
ISCED:	International Standard Classification of Education
NQF-ΕΠΠ:	National Qualifications Framework-Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων
ΣΤΕΠ:	Στατιστική ταξινόμηση επαγγελμάτων
ΣΤΑΚΟΔ:	Στατιστική ταξινόμηση οικονομικών δραστηριοτήτων
ISCO:	Διεθνής Τυποποιημένη Ταξινόμηση Επαγγελμάτων
ESCO:	Ευρωπαϊκή ταξινόμηση δεξιοτήτων, ικανοτήτων και επαγγελμάτων
ΠΕΠ:	Πλαίσιο εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων επαγγελματικής εκπαίδευσης/κατάρτισης

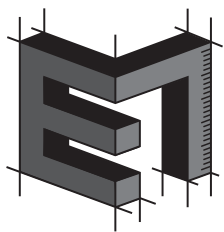
Βιβλιογραφία

- Καραλής, Θ., Μαρκίδης, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ., Νάτσης, Π., Καρατράσογλου, Ι., Παπαευσταθίου, Κ., Γούλας, Χ., & Λιντζέρης, Π. (2021) Μεθοδολογικές προσεγγίσεις ανάπτυξης επαγγελματικών περιγραμμάτων και πλαισίων εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων, Αθήνα: ΙΝΕ ΓΣΕΕ.
- C. Mosse A. Schnapp - Gonzbeillon (1999), Επιτομή ιστορίας της αρχαίας Ελλάδος Παπαδήμας Αθήνα.
- D. Aldcroft-S.Ville (1995), Η Ευρωπαϊκή Οικονομική Ιστορία 1750-1914, Αλεξάνδρεια, Αθήνα.
- Αρανίτου Β. (2006), Το μικρό εμπόριο στην μεταπολεμική Ελλάδα. Η πολιτική μιας αμφίβολης επιβίωσης, Παπαζήσης, Αθήνα.
- Εξαδάκτυλλος Ν. (1996), Μάρκετινγκ Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.
- Εξαδάκτυλλος Ν. (1996), Ανάπτυξη Λιανικών Πωλήσεων, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.
- Κατσανέβας, Θ., (2004), Οι Προβλέψεις των Προοπτικών της Αγοράς Εργασίας και το Ισοζύγιο Ζήτησης και Προσφοράς Επαγγελμάτων, Αθήνα.
- Καραλής, Θ., Μαρκίδης, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ., Νάτσης, Π., Καρατράσογλου, Ι., Παπαευσταθίου, Κ., Γούλας, Χ., & Λιντζέρης, Π. (2021) *Μεθοδολογικές προσεγγίσεις ανάπτυξης επαγγελματικών περιγραμμάτων και πλαισίων εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων*, Αθήνα: ΙΝΕ ΓΣΕΕ.
- Κόλλιας, Ο, Πανηγυράκης, Γ. (2018), «Καθημερινό Μάρκετινγκ», εκδόσεις Κριτική, Αθήνα.
- Κόλλιας, Ο. (2013), Αλφαβητάριο Υπηρεσιών, εκδόσεις Σταμούλης, Αθήνα
- Κόλλιας, Ο, (2019) , «Νευρομάρκετινγκ», εκδόσεις i write.
- Μάλλιαρης, Π. (1990), *Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ*. Αθήνα: Σταμούλης.
- Τσακλάγκανος, Α. (2018), *Βασικές αρχές του Μάρκετινγκ*. Θεσσαλονίκη: Αφοί Κυριακίδη
- Διαδίκτυο
- Eurostat, Στατιστικές Απασχόλησης https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Employment_statistics/el&oldid=455240#CE , ανακτήθηκε 4/2023
- Google Play, Εφαρμογή <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.underlama.muapp&hl=el&gl=US&pli=1> ανακτήθηκε 4/2023
- ΕΛΣΤΑΤ, <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SBR04/>
- IOBE http://iobe.gr/docs/research/RES_05_F_14022023_REP_GR.pdf, 2/2023, ανακτήθηκε 4/2023
- Ισότητα των φύλων, 27/3/2023, <https://www.eurofound.europa.eu/el/topic/gender-equality>, ανακτήθηκε 10/4/2023.
- Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδας, https://oiye.gr/?page_id=1202, ανακτήθηκε 4/2023

Προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή: Προκλήσεις και προοπτικές για την ελληνική οικονομία, 14/3/2023,
<https://www.aftodioikisi.gr/oikonomia/omilos-zara-ellada-kleinei-mikra-katastimata-anoigei-megala/> , ανακτήθηκε 4/2023

ΣΕΠΕ, <http://www.sepe.gr/gr/research-studies/article/21727582/mono-1-stous-10-ergazomenous-diathetei-tis-apaitoumenes-dexiotites-ai/> ανακτήθηκε 4/2023.





ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ/ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ. Πλαίσιο εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων επαγγελματικής εκπαίδευσης/κατάρτισης

Σκοπός της ανάπτυξης του Πλαισίου Εκπαιδευτικών Προδιαγραφών Προγραμμάτων Επαγγελματικής Εκπαίδευσης/Κατάρτισης και Γενικής Εκπαίδευσης Ενηλίκων είναι να αποτελέσει έναν εύληπτο, χρηστικό Οδηγό, ο οποίος θα μπορεί να χρησιμοποιηθεί με ευκολία από σχεδιαστές Προγραμμάτων Επαγγελματικής Εκπαίδευσης και Κατάρτισης.

Είναι σαφές ότι το Πλαίσιο Εκπαιδευτικών Προδιαγραφών δεν μπορεί και δεν πρέπει να καλύψει με πληρότητα και ακρίβεια το σύνολο των απαιτήσεων που διαμορφώνουν ένα πρόγραμμα επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης, για δύο κυρίως λόγους:

α) Τα Επαγγελματικά Περιγράμματα (ΕΠ) σχεδιάζονται με στόχο την κωδικοποίηση της επαγγελματικής και κοινωνικής εμπειρίας ενός συγκεκριμένου εργασιακού αντικειμένου το οποίο διαθέτει ένα ειδικό και αναγνωρίσιμο σώμα γνώσεων, δεξιοτήτων και ικανοτήτων. Είναι λοιπόν δεδομένο ότι η απόκτηση και η ανάπτυξη τους, προϋποθέτει τη διαμόρφωση και τη λειτουργία συγκεκριμένων περιβαλλόντων εκπαίδευσης και κατάρτισης που να ανταποκρίνονται σε συγκεκριμένες μεθοδολογικές και θεσμικές προϋποθέσεις: αναλυτικά προγράμματα επαγγελματικής εκπαίδευσης, προγράμματα αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης, συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης κ.λπ. Τα Πλαίσια Εκπαιδευτικών Προδιαγραφών δεν μπορούν να καλύψουν με ενιαίο και απόλυτο τρόπο το σύνολο των προδιαγραφών όλων των δυνατών εκδοχών εκπαίδευσης και κατάρτισης. Γι' αυτό ακριβώς τον λόγο, περιοριζόμαστε στον προσδιορισμό ενιαίων εκπαιδευτικών προϋποθέσεων και προδιαγραφών, διατυπώνοντας κάποιες ελάχιστες βασικές προδιαγραφές που προηγούνται του κάθε εκπαιδευτικού σχεδιασμού, ανεξάρτητα από τα ιδιαίτερα θεσμικά του χαρακτηριστικά.

β) Τα Πλαίσια Εκπαιδευτικών Προδιαγραφών συντελούν στον εκπαιδευτικό σχεδιασμό προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης, αλλά σε καμία περίπτωση δεν μπορούν να υποκαταστήσουν τη διαδικασία σχεδιασμού και διαμόρφωσης ενός συγκεκριμένου προγράμματος εκπαίδευσης και κατάρτισης. Στην πραγματικότητα πρόκειται για δύο εντελώς διαφορετικές διεργασίες οι οποίες υπηρετούν διαφορετικούς στόχους και αξιοποιούν ειδικές και ιδιαίτερες μεθοδολογικές προσεγγίσεις. Ο/η συγγραφέας ενός Επαγγελματικού Περιγράμματος επιδιώκει να αποτυπώσει με ακρίβεια και εγκυρότητα μια συγκεκριμένη επαγγελματική δραστηριότητα, κωδικοποιώντας τα επιμέρους στοιχεία της, έτσι ώστε να εντάσσεται σε έναν ενιαίο και ομοιογενή μηχανισμό συστηματικής κατάταξης επαγγελματιών. Ο/η σχεδιαστής/ρια ενός εκπαιδευτικού προγράμματος ή ενός προγράμματος κατάρτισης, από την πλευρά του/της, οργανώνει τον χρόνο, τον τόπο και διατάσσει τα αναγκαία διδακτικά μέσα, έτσι ώστε να επιτευχθούν συγκεκριμένα προσδοκώμενα μαθησιακά αποτελέσματα.

Είναι απολύτως κατανοητό ότι στα προκαταρκτικά στάδια ενός εκπαιδευτικού σχεδιασμού επιχειρείται η διερεύνηση των συγκεκριμένων εκπαιδευτικών αναγκών των εκπαιδευομένων και λαμβάνεται υπόψη το συγκεκριμένο θεσμικό πλαίσιο εκπαίδευσης και κατάρτισης. Από αυτή την άποψη, τα ΕΠ είναι μια από τις πολλές δυνατές πηγές τροφοδότησης τόσο σε επίπεδο εκπαιδευτικών περιεχομένων όσο και μεθοδολογικών κατευθύνσεων. Με άλλα λόγια, τα ΕΠ, και πιο συγκεκριμένα τα Πλαίσια Εκπαιδευτικών Προδιαγραφών, προαναγγέλλουν, αλλά δεν καθορίζουν με απόλυτο τρόπο τη μορφή και τη διάρθρωση όλων των δυνατών προγραμμάτων επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης. Αντίθετα, μπορούν να προτείνουν συγκεκριμένα μεθοδολογικά πλαίσια, τα οποία να συνιστούν ένα είδος ελάχιστης ποιοτικής βάσης ή ακόμη μια δέσμη μεθοδολογικών κατευθύνσεων που να μπορούν να προσανατολίσουν τη διεργασία του εκπαιδευτικού σχεδιασμού προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης.

Στη συνέχεια, αξιοποιώντας το ΕΠ και τις Προδιαγραφές Εκσυγχρονισμένης Μεθοδολογίας, Προτύπων και Εργαλείων Εκπόνησης Επαγγελματικών Περιγραμμάτων και Πλαισίων Προδιαγραφών Προγραμμάτων⁴ παρουσιάζεται το Πλαίσιο Εκπαιδευτικών Προδιαγραφών Προγραμμάτων για τον/την «Στέλεχος υποστήριξης μάρκετινγκ», βάσει των παρακάτω θεμελιωδών εννοιών:

- 1) Ενότητα Προσδοκώμενων μαθησιακών αποτελεσμάτων, όπως περιγράφεται στο ΕΠ με όρους ΕΕΛ και ΚΕΑ.
- 2) Γενική θεσμική περιγραφή των διαθέσιμων δομών εκπαίδευσης και κατάρτισης.
- 3) Γενικό προφίλ καταρτιζομένων/εκπαιδευομένων.
- 4) Γενικό προφίλ εκπαιδευτών.

⁴ Καραλής, Θ., Μαρκίδης, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ., Νάτσος, Π., Καρατράσογλου, Ι., Παπαευσταθίου, Κ., Γούλας, Χ., & Λιντζέρης, Π. (2021) Μεθοδολογικές προσεγγίσεις ανάπτυξης επαγγελματικών περιγραμμάτων και πλαισίων εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων, Αθήνα: ΙΝΕ ΓΣΕΕ.

ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΩΝ ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ/ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ
ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ «ΣΤΕΛΕΧΟΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ»

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

A. Ενέργειες Μάρκετινγκ της Επιχείρησης	B. Ψηφιακή προώθηση της Επιχείρησης και των Προϊόντων	Γ. Εταιρικές εκθέσεις	Δ. Έρευνα αγοράς	Ε. Έρευνα Ανταγωνισμού	ΣΤ. Ανάπτυξη νέων Προϊόντων και Υπηρεσιών	Ζ. Διαχείριση πελατολογίου
A. Ενέργειες Μάρκετινγκ της Επιχείρησης		- Συμμετέχει στην προετοιμασία προωθητικού υλικού, έντυπου και ηλεκτρονικού, συνεργαζόμενος/η με τα αρμόδια τμήματα της επιχείρησης του/της και τις διαφημιστικές εταιρίες, συντάσσοντας, μεταφράζοντας και διορθώνοντας περιεχόμενο και μηνύματα με σκοπό την άρτια υλοποίηση των προγραμματισμένων ενεργειών - Συμβάλλει στη διοργάνωση και υλοποίηση εκδηλώσεων της επιχείρησης φροντίζοντας για τις λεπτομέρειες (εύρεση οργανωτών, τόπου, ομιλητών, αποστολή προσκλήσεων) και συμμετέχοντας με φυσική παρουσία - Υποστηρίζει τις κοινωνικές και οικολογικές ενέργειες της επιχείρησης αναζητώντας και προτείνοντας στους ανωτέρους του/της κατάλληλες ενέργειες (χορηγίες, φιλανθρωπίες, στήριξη αδύναμων κοινωνικών ομάδων, κ.λ.π.) καθώς και φιλικές προς το περιβάλλον δραστηριότητες και βοηθώντας στην υλοποίησή τους, τηρώντας περιβαλλοντικά πρότυπα και αρχές προστασίας του περιβάλλοντος. - Ενημερώνει το προσωπικό της επιχείρησης (πωλητές, τηλεφωνικό κέντρο, ρεσεψιόν, διανομείς, κ.λ.π.) για τις πολιτικές Μάρκετινγκ και τις αποφάσεις της επιχείρησης ώστε να υπάρχει ομοιομορφία στις δραστηριότητές τους, σύμφωνα με τη φιλοσοφία και την κουλτούρα της επιχείρησής του/της και τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας και τις τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης του προσωπικού. - Συμμετέχει στην αναζήτηση νέας πελατείας διερευνώντας έντυπα του κλάδου (δημοσιεύσεις από Επιμελητήρια, Συνεταιρισμούς, κ.λ.π) για να συμμετέχει στην επίτευξη των στόχων των πωλήσεων της επιχείρησης τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα και εφαρμόζοντας το εθνικό πλαίσιο για τη προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα - Ελέγχει την εφοδιαστική αλυσίδα με τις οδηγίες του/της προϊσταμένου/ης λαμβάνοντας στοιχεία από την παραγωγή, την αποθήκη, τις μεταφορές και τη διανομή, ώστε να έχει ενημέρωση για τη ροή των εμπορευμάτων και τη λειτουργία των τμημάτων σε όλα τα επίπεδα.				
B. Ψηφιακή προώθηση της Επιχείρησης και των Προϊόντων		<i>Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Β Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.</i> - Συμβάλλει στο σχεδιασμό του ιστότοπου της επιχείρησης με τις οδηγίες του/της προϊσταμένου/ης παρέχοντας στοιχεία και επιμελούμενος/η το περιεχόμενο σε συνεργασία με τους/τις αρμόδιους/ες βάσει των αρχών και προτύπων σχεδιασμού ιστοτόπων. - Εμπλουτίζει το περιεχόμενο των αναρτήσεων της επιχείρησης στα ψηφιακά μέσα παρέχοντας πληροφορίες και υλικό στο αρμόδιο τμήμα ακολουθώντας αρχές άρτιας αισθητικής και τις βασικές αρχές του e-commerce και τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. - Αναζητά τρόπους ενίσχυσης της παρουσίας της επιχείρησης στο διαδίκτυο ερευνώντας και προτείνοντας ψηφιακά κανάλια και μεθόδους βελτιστοποίησης της προβολής (SEO), αναζητώντας κατάλληλες συνεργασίες υπό τις οδηγίες των ανωτέρων του/της. - Αποστέλλει ηλεκτρονικό προωθητικό υλικό (direct marketing, e-mail, newsletter) με στόχο τη				

	διατήρηση και σύσφιξη των σχέσεων με την πελατεία, ακολουθώντας το Εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
Γ. Εταιρικές εκθέσεις	<i>Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Γ Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.</i>
	• Συμβάλλει στην επιλογή εκθέσεων (κλασσικές, ψηφιακές) που θα συμμετέχει η επιχείρηση αναζητώντας και προτείνοντας τις καταλληλότερες με τις οδηγίες του της προϊστάμενου του/της και σύμφωνα με τη στρατηγική της επιχείρησης. • Συμμετέχει στη διοργάνωση εκδηλώσεων στο πλαίσιο εκθέσεων όπου συμμετέχει και με φυσική παρουσία με στόχο την προβολή της επιχείρησης και των προϊόντων στους επισκέπτες της έκθεσης • Συμβάλλει στη διαμόρφωση του περιπτέρου της επιχείρησης φροντίζοντας έγκαιρα για τις λεπτομέρειες (κατασκευή, εγκατάσταση, εμφάνιση, κ.λ.π.) • Συμβάλλει στην επιλογή του προωθητικού υλικού που θα διανεμηθεί στην έκθεση σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα της επιχείρησης του/της και τους συνεργάτες φροντίζοντας τα περιβαλλοντικά πρότυπα και τις αρχές προστασίας του περιβάλλοντος. • Αναζητά επαφές για επέκταση της πελατειακής βάσης στη διάρκεια της έκθεσης προσεγγίζοντας πιθανή πελατεία και τηρώντας το εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
Δ Έρευνα αγοράς	<i>Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Δ Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.</i>
	• Αναζητά δευτερογενείς πηγές πληροφόρησης από έρευνες αγοράς και κλαδικά έντυπα, τα επεξεργάζεται και τα αξιολογεί με τις οδηγίες του/της προϊστάμενου του/της και σε συνεργασία με τα υπόλοιπα μέρη της ομάδας • Συμμετέχει στην υλοποίηση πρωτογενών ερευνών παρέχοντας στοιχεία από την επιχείρησή του/της με τις οδηγίες των ανωτέρων του/της και επικοινωνεί με την εταιρία ερευνών αγοράς σχετικά με διαδικαστικά ζητήματα τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. • Συμμετέχει στην αξιολόγηση των στοιχείων από τις έρευνες αγοράς αντλώντας εκείνα που προσφέρουν κατεύθυνση για τις δραστηριότητες Μάρκετινγκ της επιχείρησής του/της υπό τις οδηγίες των ανωτέρων του/της • Ενημερώνει και παρουσιάζει τα αποτελέσματα των ερευνών στα τμήματα της επιχείρησής του/της τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας, τις τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού και τηρώντας το εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα.
Ε. Έρευνα Ανταγωνισμού	<i>Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Ε Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.</i>
	• Διερευνά τις ενέργειες του ανταγωνισμού, ζωντανά και ψηφιακά, με την καθοδήγηση του /της προϊστάμενο/η και τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα ώστε να συνεισφέρει στη διαμόρφωση της στρατηγικής Μάρκετινγκ της επιχείρησής του/της. • Εξετάζει την τιμολογιακή πολιτική του ανταγωνισμού αναζητώντας τη συσχέτιση με τα προϊόντα της επιχείρησής του/της, διερευνώντας τη σχέση ποιότητας/τιμής των αγαθών της δικής του/της επιχείρησης σε σχέση με τα ανταγωνιστικά προϊόντα., ενημερώνοντας τα αρμόδια τμήματα της επιχείρησής του /της ακολουθώντας μεθόδους γραφικής παρουσίασης δεδομένων και τηρώντας τους κανόνες της ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας. • Ελέγχει τη θέση των προϊόντων της επιχείρησης στα κανάλια διανομής κάνοντας έρευνα, ζωντανά και ψηφιακά, με τις οδηγίες του/της προϊστάμενου/ης.
ΣΤ. Ανάπτυξη νέων Προϊόντων και Υπηρεσιών	<i>Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα ΣΤ Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.</i>
	• Συμμετέχει στην έρευνα για τη δημιουργία νέων προϊόντων προτείνοντας ιδέες για δημιουργία νέων προϊόντων ή βελτίωση, ανανέωση ή εμπλουτισμό των υπάρχοντων, ακολουθώντας τις μεθόδους γραφικής παρουσίασης δεδομένων, αναζητώντας και προτείνοντας και κατάλληλους

	προμηθευτές και τηρώντας τα περιβαλλοντικά πρότυπα και τις αρχές προστασίας του περιβάλλοντος. • Συμβάλλει στην επιλογή προϊόντων προς πώληση από την επιχείρηση αναζητώντας στοιχεία για την πορεία τους στην αγορά τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα. • Συμμετέχει στη δημιουργία μίγματος προϊόντων και υπηρεσιών ή πακέτων που θα προσφέρονται από την επιχείρηση αναζητώντας νέους τρόπους προσφοράς των προϊόντων στην αγορά, προτείνοντας συνδυασμούς προϊόντων και υπηρεσιών που είναι καινοτόμοι και τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας και τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα.
Z. Ανάπτυξη και διαχείριση πελατολογίου	<i>Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Z Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.</i>
	• Ενημερώνει τη βάση δεδομένων της πελατείας με βάση τον συστημικό τρόπο που του/της προτείνεται επικαιροποιώντας τα στοιχεία που υπάρχουν, τηρώντας τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα καθώς και το εθνικό πλαίσιο διαφύλαξης προσωπικών δεδομένων. • Ελέγχει την ποιότητα της εμπειρίας της πελατείας μέσα από ερωτηματολόγια ή επαφές με την πελατεία αναζητώντας αξιολόγηση και ενημερώνοντας την επιχείρησή του/της για τα αποτελέσματα τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας και τις τυποποιημένες διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού. • Διαχειρίζεται τη διάδραση με την πελατεία προσφέροντας ευκαιρίες για τη δημιουργία της και διαχειριζόμενος/η την άρτια, σύμφωνα με τις οδηγίες των ανωτέρων του/της • Συμμετέχει σε forum συζητήσεων στην πλατφόρμα της επιχείρησης τηρώντας τη φιλοσοφία της επιχείρησής του/της και ακολουθώντας τις οδηγίες του/της προϊσταμένου του/της. • Επισκέπτεται την πελατεία της επιχείρησης στους χώρους όπου υπάρχουν πελάτες λιανικής και χονδρικής πώλησης ώστε να δημιουργεί και να συσφίγγει τις σχέσεις ανάμεσα στην πελατεία και την επιχείρηση • Διαχειρίζεται τα παράπονα και τα αιτήματα που προκύπτουν με επαγγελματικό τρόπο, σύμφωνα με τις αρχές της εταιρίας και τις οδηγίες του/της προϊσταμένου, αναζητώντας τρόπους επίλυσής τους ακολουθώντας τις αρχές διαχείρισης παραπόνων και τηρώντας το εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. • Απαντά σε ψηφιακά παράπονα, αναζητώντας τα στο διαδίκτυο ή στα forums, σύμφωνα με τις οδηγίες των ανωτέρων του/της, ακολουθώντας τις αρχές διαχείρισης παραπόνων και τηρώντας το εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. • Επεξεργάζεται στατιστικά τα παράπονα και τις απαιτήσεις/ανάγκες της πελατείας χρησιμοποιώντας τεχνικές συλλογής και αποτύπωσης απαιτήσεων και δημιουργώντας τα ανάλογα αρχεία, ακολουθώντας τις αρχές της στατιστικής επεξεργασίας δεδομένων, τα πρωτόκολλα διαχείρισης, αποθήκευσης και πρόσβασης σε δεδομένα καθώς και το εθνικό πλαίσιο προστασίας δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. • Συμβάλλει στη δημιουργία πρότυπου επίλυσης παραπόνων δημιουργώντας λίστες παραπόνων με προτεινόμενους τρόπους διαχείρισής τους με τις οδηγίες του/της προϊσταμένου/ης του/της,, ώστε να υπάρχει ομοειδής αντιμετώπισή τους από τους εργαζόμενους στην επιχείρηση τηρώντας τους κανόνες ενδοεπιχειρησιακής επικοινωνίας και τις τυπικές διαδικασίες ενημέρωσης προσωπικού
ΓΕΝΙΚΗ ΘΕΣΜΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ ΔΟΜΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ	
Δομές επαγγελματικής εκπαίδευσης:	ΕΠΑΛ: Ειδικότητα Υπάλληλος Εμπορίας και Διαφήμισης ΕΠΑΣ: Ειδικότητα Υπάλληλος Οικονομικών Καθηκόντων
Δομές αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης:	IEK: Στέλεχος Εμπορίας Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Μάρκετινγκ) IEK: Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας

Δομές Συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης	-ΚΔΒΜ		
ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΤΑΡΤΙΖΟΜΕΝΩΝ /ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ ΑΝΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΗ ΔΟΜΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ			
Δομές επαγγελματικής εκπαίδευσης:	ΕΠΑΛ: Απόφοιτοι υποχρεωτικής ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης ΕΠΑΣ: Απόφοιτοι υποχρεωτικής ή δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης		
Δομές αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης:	ΙΕΚ: Απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης		
Δομές Συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης	-ΚΔΒΜ: Απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης		
ΠΡΟΦΙΛ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ ΑΝΑ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ			
ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΚΩΔΙΚΟΙ ΣΤΕΠ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ & ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ	ΚΩΔΙΚΟΙ ΠΕ/ΤΕ/ΔΕ & ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ (Αν υπάρχει εφαρμογή)	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
A. Ενέργειες Μάρκετινγκ της Επιχείρησης	2721: Οικονομολόγοι 1210: Γενικοί διευθυντές και ανώτερα διευθυντικά στελέχη μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών 1391: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων παροχής επιχειρησιακής υποστήριξης 1399: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μ.α.κ. 1360: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μεταφορών, αποθήκευσης και επικοινωνιών 1224: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων	ΠΕ 80: Οικονομίας ΤΕ0204: Οικονομίας και Διοίκησης	

	μεγάλων επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1227: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών υποστήριξης σε επιχειρήσεις 1231: Διευθυντές οικονομικών υπηρεσιών 1234: Διευθυντές διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων 1237: Διευθυντές μονάδων έρευνας και ανάπτυξης 1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 2122: Στατιστικοί 2511: Λογιστές 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ. 3434: Τεχνικοί βοηθοί στατιστικής, μαθηματικών και ασκούντες συναφή επαγγέλματα 4211: Υπάλληλοι στατιστικών και οικονομικών υπηρεσιών		
B. Ψηφιακή προώθηση της Επιχείρησης και των Προϊόντων	2721: Οικονομολόγοι 1227: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών υποστήριξης σε επιχειρήσεις 1234: Διευθυντές διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων 3415: Αντιπρόσωποι και ειδικευμένοι τεχνικοί επί των πωλήσεων τεχνικού εξοπλισμού και συναφών προϊόντων 1237: Διευθυντές μονάδων έρευνας και ανάπτυξης	ΠΕ 80: Οικονομίας ΤΕ0204: Οικονομίας και Διοίκησης	

	1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου		
Γ. Εταιρικές εκθέσεις	2721: Οικονομολόγοι 1234: Διευθυντές διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων 1227: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών υποστήριξης σε επιχειρήσεις 1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1391: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων παροχής επιχειρησιακής υποστήριξης. 3415 Αντιπρόσωποι και ειδικευμένοι τεχνικοί επί των πωλήσεων τεχνικού εξοπλισμού και συναφών προϊόντων	ΠΕ 80: Οικονομίας ΤΕ0204: Οικονομίας και Διοίκησης	
Δ Έρευνα αγοράς	2721: Οικονομολόγοι 1224: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1227: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών υποστήριξης σε επιχειρήσεις 1231: Διευθυντές οικονομικών υπηρεσιών 1234: Διευθυντές διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων 1237: Διευθυντές μονάδων έρευνας και ανάπτυξης	ΠΕ 80: Οικονομίας ΤΕ0204: Οικονομίας και Διοίκησης	

	1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 2122: Στατιστικοί 2511: Λογιστές 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ. 3434: Τεχνικοί βοηθοί στατιστικής, μαθηματικών και ασκούντες συναφή επαγγέλματα 4211: Υπάλληλοι στατιστικών και οικονομικών υπηρεσιών 2122: Στατιστικοί 2511: Λογιστές 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ. 3434: Τεχνικοί βοηθοί στατιστικής, μαθηματικών και ασκούντες συναφή επαγγέλματα 4211: Υπάλληλοι στατιστικών και οικονομικών υπηρεσιών		
Ε. Έρευνα Ανταγωνισμού	2721: Οικονομολόγοι 1224: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1227: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών υποστήριξης σε επιχειρήσεις 1231: Διευθυντές οικονομικών υπηρεσιών 1234: Διευθυντές διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων 1237: Διευθυντές μονάδων έρευνας και ανάπτυξης 1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών	ΠΕ 80: Οικονομίας ΤΕ0204: Οικονομίας και Διοίκησης	

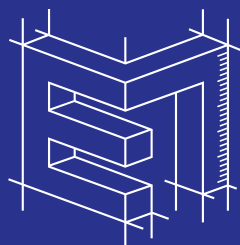
	επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 2122: Στατιστικοί 2511: Λογιστές 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ. 3434: Τεχνικοί βοηθοί στατιστικής, μαθηματικών και ασκούντες συναφή επαγγέλματα 4211: Υπάλληλοι στατιστικών και οικονομικών υπηρεσιών		
ΣΤ. Ανάπτυξη νέων Προϊόντων και Υπηρεσιών	2721: Οικονομολόγοι 1210: Γενικοί διευθυντές και ανώτερα διευθυντικά στελέχη μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών 1391: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων παροχής επιχειρησιακής υποστήριξης 1399: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μ.α.κ. 1360: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μεταφορών, αποθήκευσης και επικοινωνιών 1224: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1227: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών υποστήριξης σε επιχειρήσεις 1231: Διευθυντές οικονομικών υπηρεσιών	ΠΕ 80: Οικονομίας ΤΕ0204: Οικονομίας και Διοίκησης	

	1234: Διευθυντές διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων 1237: Διευθυντές μονάδων έρευνας και ανάπτυξης 1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου		
Z Ανάπτυξη και διαχείριση πελατολογίου	2721: Οικονομολόγοι 1224: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1231: Διευθυντές οικονομικών υπηρεσιών 1227: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών υποστήριξης σε επιχειρήσεις 1234: Διευθυντές διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων 1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1391: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων παροχής επιχειρησιακής υποστήριξης. 3419: Πρόσωπα που αναπτύσσουν επαγγελματική δραστηριότητα στους τομείς των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και των πωλήσεων μ.α.κ. 1237: Διευθυντές μονάδων έρευνας και ανάπτυξης 1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου	ΠΕ 80: Οικονομίας ΤΕ0204: Οικονομίας και Διοίκησης	



**Επιχειρησιακό Πρόγραμμα
Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού,
Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση**
Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης





ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ



Λεωφόρος Εθνικής Αντιστάσεως 41, 14234 Νέα Ιωνία
210 27 09 000 | www.eopppep.gr