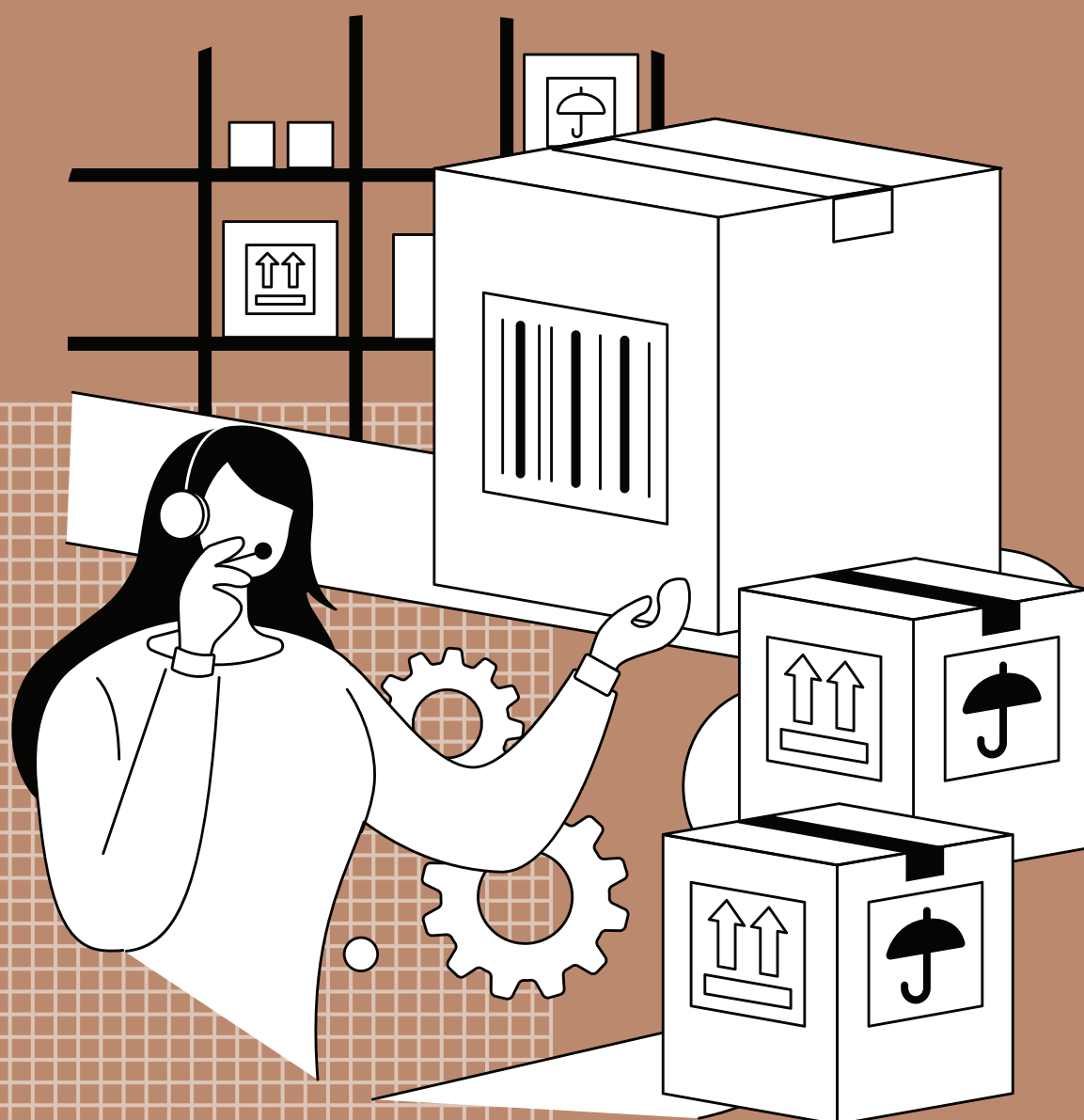


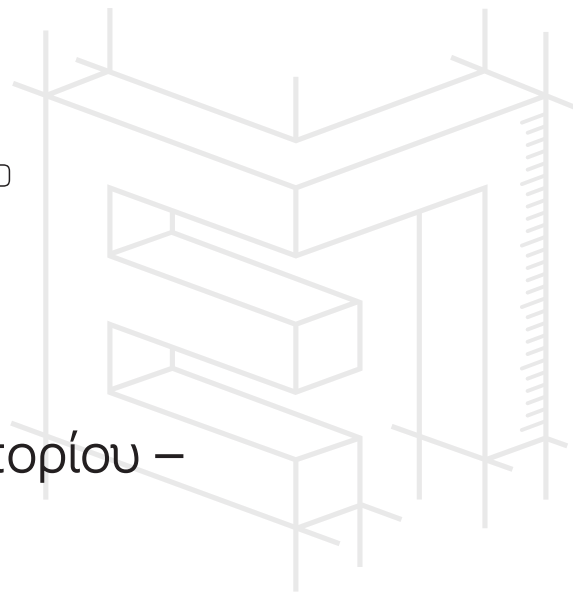
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ

Πρωθητής Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου - (Merchandiser)





ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ



Πρωθητής Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου – (Merchandiser)

Εκδόσεις				
Περιγραφή	Έτος	Φορέας συντονισμού ομάδας εκπόνησης	Συνεργαζόμενος/οι φορέας/εις	Ομάδα εκπόνησης ΕΠ
Πρώτη έκδοση	2010	ΙΟΒΕ	ΚΕΚ-ΙΝΕ/ΓΣΕΕ, ΚΕΚ ΓΣΕΒΕΕ, ΚΑΕΛΕ, ΓΣΕΕ, ΣΕΒ, ΓΣΕΒΕΕ, ΕΣΕΕ	• Αντώνης Κόνσολας • Αντώνης Μακρής • Ανθή Βενεκά • Κωνσταντίνος Διαμαντής • Γεώργιος Ζησιμάτος
Πρώτη αναθεωρημένη έκδοση	2023	ΚΑΕΛΕ ΕΣΕΕ	ΙΝΕ ΓΣΕΕ	• Ελευθερία Αθανασίου • Αντώνιος Κόνσολας • Βασιλική Τρυφωνοπούλου • Λυκούργος Σπυριδώνης • Μάριος Σίνας

**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.Ε.Π.**

Συγγραφέας
Ελευθερία Αθανασίου

Εμπειρογνώμονας/ες επαγγέλματος
Αντώνιος Κόνσολας

Εμπειρογνώμονας εκπρόσωπος συνεργαζόμενης αντιπροσωπευτικής οργάνωσης εργαζομένων
(ΓΣΕΕ) Βασιλική Τρυφωνοπούλου

Εμπειρογνώμονας εκπρόσωπος συνεργαζόμενης αντιπροσωπευτικής οργάνωσης εργαζομένων (ΓΣΕΕ)
Μάριος Σίνας

Σύμβουλος επαγγελματικού περιγράμματος
Λυκούργος Σπυριδώνης

Το περιεχόμενο της παρούσας μελέτης διαμορφώθηκε από ομάδα εκπόνησης υπό την εποπτεία του **ΚΑΕΛΕ ΕΣΕΕ** 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, Κωνσταντίνη Λουλούδη (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ - συντονιστής σύμπραξης),
- Δήμητρα Δέδε, Μαρίνα Κατσιμάνη (Ε.Ο.Π.Π.Ε.Π.),
- Χρήστος Γούλας, Ρένα Βαρβιτσιώτη, Ιάκωβος Καρατράσoglou, 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».....	15
A.1 Προτεινόμενος γενικός τίτλος του επαγγέλματος	15
A.2 Ορισμός του επαγγέλματος.....	15
A.3 Αντιστοίχιση με το ισχύον Σύστημα Ταξινόμησης Επαγγελμάτων και Κλάδων Οικονομίας.....	15
A.4 Ιστορική εξέλιξη του επαγγέλματος.....	16
A.5 Οικονομία και επιχειρηματικό περιβάλλον.....	17
A.6 Εργασία, ανθρώπινο δυναμικό και συνθήκες απασχόλησης.....	19
A.7 Συνδικαλιστικές ή επιστημονικές οργανώσεις σχετικές με το επάγγελμα, έντυπα ή άλλα μέσα ή πηγές πληροφόρηση.....	23
A.8 Θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του επαγγέλματος.....	24
A.9 Τεχνολογίες / τεχνολογικές αλλαγές που επηρεάζουν το επάγγελμα.	24
A.10 Εξελίξεις αναφορικά με την κλιματική αλλαγή και την περιβαλλοντική προστασία που επηρεάζουν το επάγγελμα.....	24
ΕΝΟΤΗΤΑ Β: «Ανάλυση του επαγγέλματος ή/και ειδικότητας – Προδιαγραφές»	27
ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: «Απαιτούμενες γνώσεις, δεξιότητες και ικανότητες»	27
ΕΝΟΤΗΤΑ Δ: «Υφιστάμενες και προτεινόμενες διαδρομές για την απόκτηση των απαιτούμενων προσόντων»	41
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.....	50

Η παρούσα μελέτη αφορά στο επαγγελματικό περίγραμμα του/της «Πρωθητή Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser)» και αποτελεί επικαιροποίηση του προηγούμενου περιγράμματος του φορέα.

Ως Πρωθητής Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser) ορίζεται ο/η εργαζόμενος, ο/η οποίος/α είναι υπεύθυνος/η για την προώθηση των προϊόντων και την πιο λειτουργική παρουσίασή τους, στον χώρο πώλησής τους, είτε πρόκειται για φυσικό κατάστημα, είτε για ηλεκτρονικό, είτε για χώρο έκθεσης.

Συγκεκριμένα, φροντίζει να βρίσκεται το κατάλληλο προϊόν, στην κατάλληλη θέση, στην κατάλληλη τιμή, την κατάλληλη χρονική στιγμή, εντός του χώρου πώλησης.

Μπορεί να είναι εργαζόμενος/η επιχείρησης λιανικής πώλησης και να εργάζεται στο κατάστημα, είτε να είναι εργαζόμενος/η σε επιχείρηση παραγωγής ή εισαγωγής προϊόντων και να φροντίζει για την πιο λειτουργική τοποθέτηση των προϊόντων στα καταστήματα λιανικής, σε συνεργασία με τους/τις εργαζόμενους/νες στα καταστήματα λιανικής.

Το λιανικό εμπόριο, στο οποίο εντάσσεται το επάγγελμα του/της «Πρωθητή Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser)» είναι ένας δυναμικός κλάδος που εξελίσσεται διαρκώς, παράλληλα με τις καταναλωτικές τάσεις και την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών.

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

ABSTRACT

This study focuses on the professional lines of Retail Sales Promoter (Merchandiser) and renames the sector's previous program. As a Retail Sales Promoter (Merchandiser), the employee is in charge of the presentation and promotion of the products in their selling outlets, base shops, e-shops, and even exhibition stands at fairs. They are especially responsible for presenting and selling the correct product in the right place, at the right price, and at the right time in their sales points.

An employee of a retail seller work in a store, or may be an employee of a manufacturing or importing company and take care of the most functional placement of the products in the retail stores, in conjunction with his co-workers in the retail stores.

The retail industry, which includes the profession of "Retail Sales Promoter (Merchandiser)," is a dynamic one that changes with consumer trends and the development of new technologies.

For the convenience of both the author and the readers, one gender has been reserved in the description as male.

Η παρούσα μελέτη περιλαμβάνει το επαγγελματικό περίγραμμα και το πλαίσιο εκπαιδευτικών προδιαγραφών προγραμμάτων επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης για το επάγγελμα του/της «Πρωθητή Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser)».

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., Νάσης, Π., Καρατράσογλου, 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 άσκησή 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 ενοτήτων 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 οι κ.κ Ελευθερία Αθανασίου (συγγραφέας), ο κος Μάριος Σίνας (εμπειρογνώμονας-εκπρόσωπος αντιπροσωπευτικής οργάνωσης εργαζομένων, εν προκειμένω της ΓΣΕΕ), η κα Βασιλική Τριφωνοπούλου (εμπειρογνώμονας-εκπρόσωπος αντιπροσωπευτικής εργοδοτικής οργάνωσης, εν προκειμένω της ΕΣΕΕ), και ο κος Αντώνης Κόνσολας (εμπειρογνώμονες επαγγέλματος).

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

[Πρωθητής Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser)]³

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ

Πρωθητής Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser) είναι ο εργαζόμενος ο οποίος είναι υπεύθυνος για την προώθηση των προϊόντων και την πιο λειτουργική παρουσίασή τους στον χώρο πώλησής τους.

Συγκεκριμένα, φροντίζει να βρίσκεται το κατάλληλο προϊόν, στην κατάλληλη θέση, στην κατάλληλη τιμή, την κατάλληλη χρονική στιγμή εντός του χώρου πώλησης.

Ασχολείται με την πρόβλεψη πωλήσεων, διαπιστώνει τις ανάγκες της αγοράς, ενημερώνεται για τις τάσεις της και τον ανταγωνισμό, καθώς και για νέα προϊόντα. Παρακολουθεί την κίνηση των αποθεμάτων και έρχεται σε επαφή με προμηθευτές προκειμένου να εξασφαλίσει την επάρκεια των προϊόντων και του προωθητικού υλικού.

Φροντίζει για την πιο ελκυστική προς τον καταναλωτή τοποθέτηση των προϊόντων στα ράφια, τοποθετεί τις τιμές στα προϊόντα, επιλέγει τις προσφορές και διαμορφώνει το προωθητικό υλικό που τοποθετείται μέσα στο κατάστημα.

Επιμελείται τη γενική εικόνα του καταστήματος, συμβάλλει στη διαμόρφωση της βιτρίνας και της τοποθέτησης των υλικών προώθησης.

Συμμετέχει στη διαμόρφωση του τρόπου προώθησης των προϊόντων και της ανάδειξης των προσφορών στο ηλεκτρονικό κατάστημα της επιχείρησης.

Συμμετέχει σε συσκέψεις για την παρουσία της επιχείρησης σε εκθέσεις, αποφασίζει για τα προϊόντα που θα πουληθούν και θα εκτεθούν στο περίπτερο της έκθεσης και επιμελείται την εμφάνιση του περιπτέρου της επιχείρησης, καθώς και την ανάδειξη των προϊόντων και του προωθητικού υλικού στον χώρο της έκθεσης.

ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

Εμπορικά καταστήματα εξειδικευμένου ή γενικού εμπορίου, πολυκαταστήματα, μεσαία ή μικρά καταστήματα, επιχειρήσεις ηλεκτρονικών καταστημάτων, εκθεσιακοί χώροι

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΑΣΚΗΣΗΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ

Δεν απαιτούνται ειδικές προϋποθέσεις για την άσκηση του επαγγέλματος του Merchandiser. 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

1. Δίπλωμα Ινστιτούτου Επαγγελματικής Κατάρτισης (IEK), επιπέδου 5 του Ε.Π.Π. στην ειδικότητα «Στέλεχος Εμπορίας και Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing) του Ν.4186/2013 ή Πτυχίο Τάξης Μαθητείας ΕΠΑΛ επιπέδου 5 του Ε.Π.Π της ειδικότητας «Υπάλληλος Εμπορίας και Διαφήμισης», 6 μήνες συναφής επαγγελματική εμπειρία
2. Απολυτήριο ΕΠΑΛ, επιπέδου 4 του Ε.Π.Π 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.
3. Δίπλωμα 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», ή Πτυχίο Μεταλυκειακού Έτους – Τάξη Μαθητείας ΕΠΑΛ, επιπέδου

³ Στην παρούσα μελέτη η φράση [«αναγράψτε τον τίτλο του επαγγέλματος στο αρσενικό γένος»] αναφέρεται και στα δύο φύλα. Το αρσενικό γραμματικό γένος χρησιμοποιείται για καθαρά πρακτικούς λόγους.

- 5 του Ε.Π.Π των ειδικοτήτων «Υπάλληλος Διοίκησης και Οικονομικών Υπηρεσιών» και «Υπάλληλος Τουριστικών Επιχειρήσεων», συναφής επαγγελματική εμπειρία έξι (6) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.
4. Απολυτήριο ΕΠΑΛ, επιπέδου 4 του Ε.Π.Π ειδικότητας «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. Απόφοιτοι Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (Γενικού Λυκείου), επιπέδου 4 του Ε.Π.Π, ένα (1) έτος συναφής επαγγελματική εμπειρία, Συνεχιζόμενη Επαγγελματική Κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος
6. Πτυχίο ΕΠΑΣ επιπέδου 3 του Ε.Π.Π της ειδικότητας «Υπαλλήλων Οικονομικών Καθηκόντων» (μετονομασία ειδικότητας σε «Υπάλληλος Διοικητικών & Οικονομικών Υπηρεσιών») ή ισότιμοι τίτλοι, συναφής επαγγελματική εμπειρία δεκαοκτώ (18) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος.
7. Απόφοιτοι Υποχρεωτικής Εκπαίδευσης, επιπέδου 2 του Ε.Π.Π δύο (2) έτη συναφής επαγγελματική εμπειρία, 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.)
- Σε κάθε περιοχή εδρεύουν τοπικοί φορείς που ασχολούνται με τις συνθήκες του εμπορίου στην περιοχή, όπως για παράδειγμα Σύλλογος Εμποροϋπαλλήλων Αθήνας, Σύνδεσμος Υπαλλήλων Εμπορικών Καταστημάτων Ιδιωτικών Επιχειρήσεων *Πειραιά*, Ένωση Επαγγελματιών Βιοτεχνών και Εμπόρων Καλλιθέας, Σύνδεσμος Υπαλλήλων και Ιδιωτικών Υπαλλήλων Χίου αλλά και Σωματεία Εργαζομένων σε μεγάλες επιχειρήσεις, όπως Σωματείο Εργαζομένων Lidl N. Αττικής και άλλα.

ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ

- Πραγματοποιεί καταγραφή αναγκών αγοράς
- Εξασφαλίζει τα απαραίτητα αποθέματα
- Επιμελείται την τοποθέτηση των προϊόντων στα ράφια
- Διαμορφώνει χώρους προβολής στο κατάστημα
- Συμμετέχει στον προγραμματισμό ψηφιακής προβολής των προϊόντων και της επιχείρησης
- Συμβάλλει στη συμμετοχή της επιχείρησης σε εκθέσεις
- Εκπαιδεύει πωλητές στην εξυπηρέτηση πελατών

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

- Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ
- Βασικές Αρχές Στατιστικής
- Βασικές Αρχές Merchandising
- Έρευνα Αγοράς
- Τμηματοποίηση Αγοράς
- Συμπεριφορά καταναλωτή
- Χρήση λογισμικού στατιστικής επεξεργασίας
- Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών
- Ερμηνεία πληροφοριών από στατιστικούς πίνακες και διαγράμματα
- Βασικές Αρχές Λογιστικής Κόστους
- Βασικές αρχές σύνταξης προϋπολογισμού
- Αναγνώριση των ειδών των οικονομικών και λογιστικών καταστάσεων και αναφορών

- Βασικές Αρχές Εφοδιαστικής Αλυσίδας (Logistic)
- Βασικές Αρχές Επικοινωνίας
- Βασικές Αρχές διαπραγμάτευσης
- Τυπικές διαδικασίες παρακολούθησης/καταγραφής/ ελέγχου αποθεμάτων
- Θεσμικό πλαίσιο υγιεινής και ασφάλειας χώρων εργασίας
- Γνώση προγραμμάτων υπολογιστικών φύλλων και διαχείρισης βάσης δεδομένων
- Βασικές αρχές εργονομίας
- Αρχές, κανόνες και μέθοδοι αρχειοθέτησης
- Βασικές αρχές και κανόνες ταξινόμησης προϊόντων
- Βασικές αρχές διακόσμησης
- Είδη εξοπλισμού εμπορικών καταστημάτων και τρόπος λειτουργίας τους
- Βασικές αρχές τιμολόγησης
- Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων
- Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών
- Βασικές Αρχές ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce)
- Βασικές αρχές χρήσης προγραμμάτων διαχείρισης εικόνας
- Αρχές Επικοινωνίας
- Βασικές Αρχές δικαίου πώλησης
- Στοιχειώδεις γνώσεις δημοσίων σχέσεων
- Ηθική στα μέσα επικοινωνίας
- Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας
- Βασικές αρχές εξυπηρέτησης και πληροφόρησης πελατών
- Συμπεριφορά Καταναλωτή
- Τεχνικές Πωλήσεων
- Στοιχειώδεις γνώσεις δημοσίων σχέσεων
- Βασικές αρχές νομοθεσίας προστασίας του καταναλωτή
- Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας
- Κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς
- Αρχές ομαδικής εργασίας
- Βασικές αρχές εκπαίδευσης ενηλίκων

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Χρήση λογισμικού στατιστικής επεξεργασίας
- Αναζήτηση προμηθευτών
- Απογραφή αποθεμάτων
- Παρακολούθηση της ροής αποθεμάτων
- Συλλογή και αξιολόγηση πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών
- Ανάλυση των τάσεων της αγοράς
- Ανάλυση στατιστικών στοιχείων
- Παραγωγή πινάκων, διαγραμμάτων, αναφορών, γραφικών παραστάσεων
- Χρήση εργαλείων αρχειοθέτησης/ ταξινόμησης
- Στήσιμο υλικού προβολής προϊόντων
- Εφαρμογή μεθόδων προβολής και προώθησης προϊόντων
- Τοποθέτηση προϊόντων στα ράφια καταστήματος
- Τοποθέτηση διαφημιστικού υλικού
- Στήσιμο βιτρίνας του καταστήματος
- Δημιουργία διατάξεων οπτικής απεικόνισης και διακοσμήσεων
- Χρήση ψηφιακών εργαλείων
- Χειρισμός υλικού προβολής
- Χρήση social media

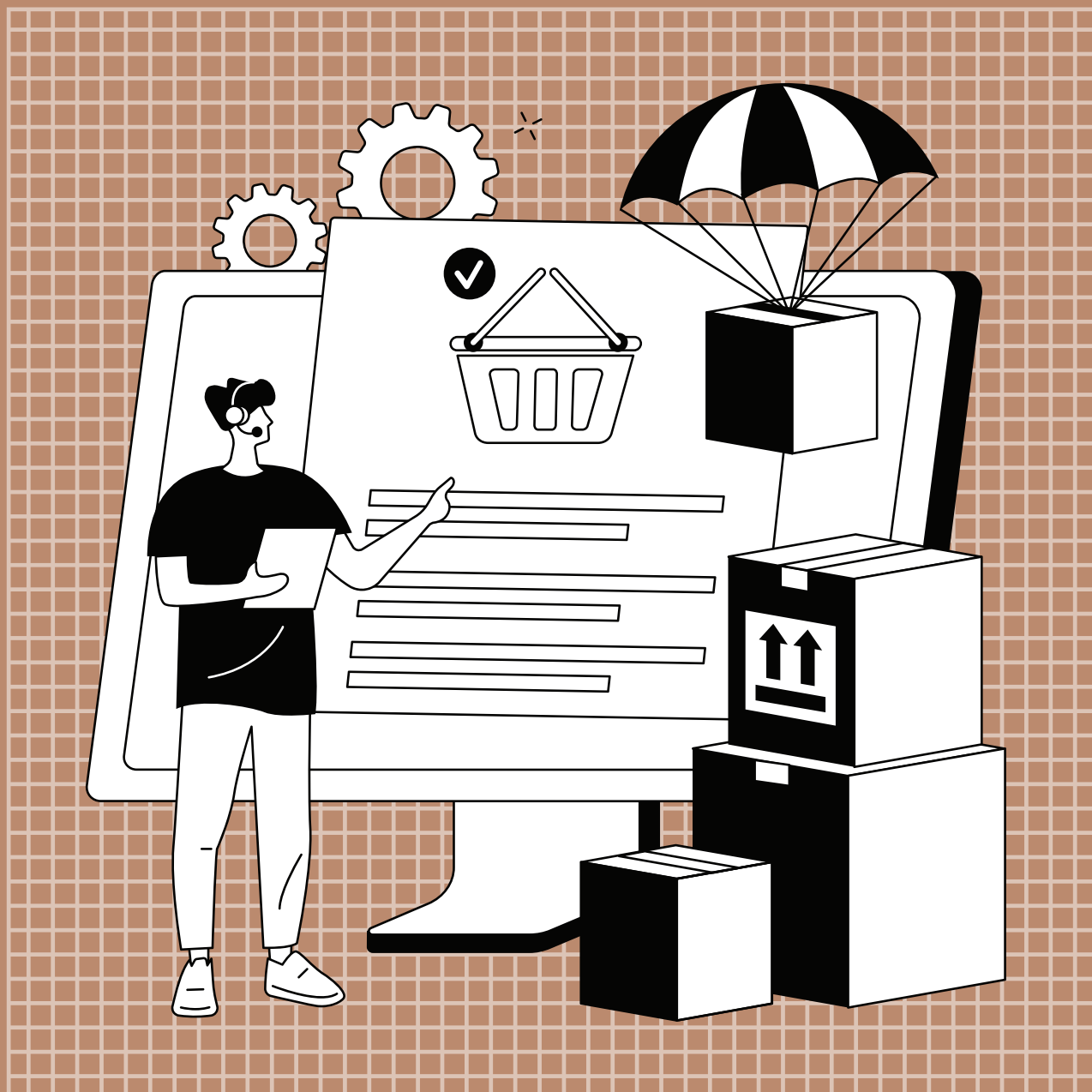
- Ταξινόμηση προϊόντων
- Στήσιμο εξοπλισμού προβολής (σταντ, βιτρίνες)
- Χειρισμός αντιρρήσεων και παραπόνων πελατών
- Επίδειξη και παρουσίαση προϊόντων
- Παροχή συμβουλών σε πελάτες σχετικά με την επιλογή προϊόντων
- Εφαρμογή εκπαιδευτικών τεχνικών

ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ



ΕΝΟΤΗΤΑ Α

ΤΙΤΛΟΣ ΚΑΙ ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ



ΕΝΟΤΗΤΑ Α: «Τίτλος και ορισμός του επαγγέλματος»

Α.1 Προτεινόμενος γενικός τίτλος του επαγγέλματος

Πρωθητής Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser) είναι ο τίτλος με τον οποίο έχει προκηρυχθεί η συγγραφή του Επαγγελματικού Περιγράμματος. Στην αγορά έχει επικρατήσει σκέτος ο αγγλικός τίτλος «Merchandiser». Ο τίτλος «Πρωθητής Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου», δεν αποδίδει ακριβώς τον τίτλο Merchandiser, προτείνεται όμως να παραμείνει ως έχει, αφού ο προσδιορισμός γίνεται με την προσθήκη του αγγλικού τίτλου.

Α.2 Ορισμός του επαγγέλματος

Πρωθητής Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser) είναι ο εργαζόμενος ο οποίος είναι υπεύθυνος για την προώθηση των προϊόντων και την πιο λειτουργική παρουσίασή τους στον χώρο πώλησής τους.

Συγκεκριμένα, φροντίζει να βρίσκεται το κατάλληλο προϊόν, στην κατάλληλη θέση, στην κατάλληλη τιμή, την κατάλληλη χρονική στιγμή εντός του χώρου πώλησης.

Ασχολείται με την πρόβλεψη πωλήσεων, διαπιστώνει τις ανάγκες της αγοράς, ενημερώνεται για τις τάσεις της, τον ανταγωνισμό, καθώς και για νέα προϊόντα,. Παρακολουθεί την κίνηση των αποθεμάτων και έρχεται σε επαφή με προμηθευτές προκειμένου να εξασφαλίσει την επάρκεια των προϊόντων και του προωθητικού υλικού.

Φροντίζει για την πιο ελκυστική προς τον καταναλωτή τοποθέτηση των προϊόντων στα ράφια, τοποθετεί τις τιμές στα προϊόντα, επιλέγει τις προσφορές και διαμορφώνει το προωθητικό υλικό που τοποθετείται μέσα στο κατάστημα.

Επιμελείται τη γενική εικόνα του καταστήματος, συμβάλλει στη διαμόρφωση της βιτρίνας και της τοποθέτησης των υλικών προώθησης.

Συμμετέχει στη διαμόρφωση του τρόπου προώθησης των προϊόντων και της ανάδειξης των προσφορών στο ηλεκτρονικό κατάστημα της επιχείρησης.

Συμμετέχει σε συσκέψεις για την παρουσία της επιχείρησης σε εκθέσεις, αποφασίζει για τα προϊόντα που θα πουληθούν και θα εκτεθούν στο περίπτερο της έκθεσης και επιμελείται την εμφάνιση του περιπτέρου της επιχείρησης, καθώς και την ανάδειξη των προϊόντων και του προωθητικού υλικού στον χώρο της έκθεσης.

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

Η ταξινόμηση του επαγγέλματος του Πρωθητή Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser) βάσει του ΣΤΕΠ 92, υπάγεται σε επίπεδο τετραψήφιας ανάλυσης στον κωδικό 5320 «Πωλητές σε καταστήματα» καθώς και στον κωδικό 3470 Διακοσμητές, εμπορικοί σχεδιαστές (μοντελίστες) κ.π.α.ε.

Σε κατάταξη ISCO 08 υπάγεται στους κωδικούς:

- 5222 «Επόπτες καταστημάτων»
- 5242 «Υπάλληλοι επίδειξης προϊόντων»

Σύμφωνα με τον ΣΤΑΚΟΔ - 2008 σε διψήφια ανάλυση το επάγγελμα του Πρωθητή Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου (Merchandiser) υπάγεται στον κλάδο 47 «Λιανικό Εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών».

Σε επίπεδο τριψήφιας ανάλυσης στον κλάδο 47 υπάγεται σε:

- 47.1 Λιανικό Εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα
- 47.2 Λιανικό Εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού σε ειδικευμένα καταστήματα
- 47.4 Λιανικό Εμπόριο εξοπλισμού πληροφοριακών και επικοινωνιακών συστημάτων σε ειδικευμένα
- 47.5 Λιανικό Εμπόριο άλλου οικιακού εξοπλισμού σε ειδικευμένα
- 47.6 Λιανικό Εμπόριο επιμορφωτικών ειδών και ειδών ψυχαγωγίας σε ειδικευμένα καταστήματα
- 47.7 Λιανικό Εμπόριο άλλων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα

A.4 Ιστορική εξέλιξη του επαγγέλματος

Το επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser, μπορεί να θεωρηθεί από τις αρχαιότερες ασχολίες του ανθρώπου, συνδεδεμένο άμεσα με το εμπόριο και την προσπάθεια για πιο ελκυστική παρουσίαση των εμπορευμάτων.

Η ιστορία του εμπορίου, εξελίσσεται παράλληλα με την ιστορία της ανθρωπότητας και συνδέεται με την έναρξη της επικοινωνίας ανάμεσα στους λαούς κατά τους προϊστορικούς χρόνους. Η εξέλιξη της επικοινωνίας επηρεάζει και την εξέλιξη του εμπορίου, φτάνοντας στην ψηφιακή εποχή.

Στο επίπεδο του λιανικού εμπορίου οι πρώτες μορφές που αυτό διεξάγεται συνδέονται με την υπαίθρια αγορά, δηλαδή τις εμποροπανηγύρεις. Ο τρόπος που θα εκτίθονταν τα εμπορεύματα, ο τρόπος που θα διαλαλούσαν οι πωλητές ποιότητα και τιμές επηρέαζε τις πωλήσεις.

Σήμερα υπάρχουν ακόμα τα πανηγύρια αλλά ουσιαστικά τη θέση τους έχουν πάρει οι κλαδικές εκθέσεις, όπου δίνεται ιδιαίτερη σημασία στον τρόπο στησίματος του εμπορικού περιπτέρου, του προωθητικού υλικού που θα χρησιμοποιηθεί και στην έκθεση των προϊόντων.

Με την εξέλιξη του εμπορίου και τη δημιουργία στεγασμένων καταστημάτων, παρουσιάστηκε η ανάγκη για προβολή των προϊόντων μέσα στο κατάστημα, για επάρκεια προϊόντων ανάλογα με τη ζήτηση, για ορισμό της κατάλληλης τιμής που θα δεχόταν να πληρώσει ο πελάτης.

Αργότερα εμφανίζονται τα μεγάλα καταστήματα που στηρίζονται στις σύγχρονες μεθόδους εμπορίας προϊόντων. Το πρώτο πολυκατάστημα ιδρύθηκε στη Γαλλία και μετά ακολούθησαν ο Καναδάς, η Μ. Βρετανία και οι Η.Π.Α. Τα μεγάλα μαγαζιά εμφανίστηκαν πολύ νωρίτερα σε άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες. Στη Γαλλία, για παράδειγμα, το πρώτο μεγάλο μαγαζί δημιουργήθηκε στις αρχές του 19^{ου} αιώνα: πρόκειται για το «Les Trois Quartiers» που ιδρύθηκε το 1829, ενώ ακολούθησαν το «Le Bon Marché» (1852), το «Le Printemps» (1865) και το «La Samaritaine» (1869).

Η σύγχρονη αντίληψη για την πώληση στο λιανικό κατάστημα είναι ότι πώληση σημαίνει ικανοποίηση των αναγκών του πελάτη. Η δουλειά του προωθητή πωλήσεων είναι να αναδείξει τα προϊόντα με τον κατάλληλο τρόπο, ώστε να μπορεί ο πελάτης να εντοπίσει αυτό που ικανοποιεί την ανάγκη/επιθυμία του.

Σε όλη τη μακρόχρονη ιστορία τους, οι Έλληνες δεν έπαψαν ποτέ να ασχολούνται με το εμπόριο ακόμα και σε δύσκολες για το έθνος περιόδους.

Τα εμπορικά καταστήματα εμφανίστηκαν στη Αθήνα στα μέσα του 19^{ου} αιώνα με τη συγκρότηση του αστικού χώρου και τον καταμερισμό λειτουργιών και χρήσεων γης. Τα μεγάλα μαγαζιά δημιουργήθηκαν στην Ελλάδα μεταπολεμικά, με σχετική καθυστέρηση δηλαδή, σε σύγκριση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες όπου εμφανίστηκαν από τον 19^ο αιώνα. Στην Αθήνα, πρωτοεμφανίζονται μετά το 1945 και, μάλιστα, γύρω από την περιοχή της Ομόνοιας. Τα κυριότερα από αυτά είναι: το «Μινιόν», ο «Λαμπρόπουλος» στην Αιόλου, ο «Κατράντζος» στην αρχή της Πανεπιστημίου. Ο μεγάλος αριθμός των εργαζομένων, οι πολυώροφες εγκαταστάσεις, η πληθώρα των εμπορευμάτων διαφοροποιούν τα μεγάλα μαγαζιά από τα μικρά. Κυλιόμενες σκάλες, διαφορετικά τμήματα, προσωπικό με ιδιαίτερη ενδυμασία, όλα αυτά συνθέτουν ένα τελείως διαφορετικό περιβάλλον από το γνώριμο του παραδοσιακού μαγαζιού. Σε οργανωτικό επίπεδο υπάρχουν υπηρεσίες απόλυτα ανεξάρτητες ή μία από την άλλη, με προϊσταμένους τμημάτων, οι οποίοι αναφέρονται στη διοίκηση. Σε πολλές περιπτώσεις, η διοίκηση είναι πολυπρόσωπη. Η εξειδίκευση στον χώρο των πωλήσεων οδηγεί στην εμφάνιση του επαγγέλματος του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser, ως υπεύθυνου για την καλύτερη προβολή των προϊόντων μέσα στο κατάστημα. Νέες θεωρίες και τεχνικές διατυπώνονται προκειμένου να υπάρξει πιο αποτελεσματική προώθηση πωλήσεων μέσα στο κατάστημα.

Ο όρος «μεγάλα μαγαζιά» αποτελεί ουσιαστικά μετάφραση του γαλλικού «grands magazines», ενώ στα ελληνικά χρησιμοποιείται και ο όρος πολυκαταστήματα. Ιστορικά, η επόμενη μορφή λιανικού εμπορίου που εμφανίστηκε στην ελληνική αγορά είναι τα σούπερ μάρκετ. Πρόκειται για καταστήματα στα οποία ισχύει η αρχή της αυτοεξυπηρέτησης, έχουν επιφάνεια πώλησης τουλάχιστον 200 τ.μ. με ελάχιστο αριθμό δύο ταμειακών μηχανών και με 7 από τις 10 κύριες κατηγορίες καταναλωτικών προϊόντων.

Συνήθως η έκτασή τους κυμαίνεται στα 1.800 τ.μ. Στη δεκαετία του '70, πρωτοεμφανίζονται οι boutique (μικρά σε

μέγεθος καταστήματα) gréporter, με ιδιαίτερα προϊόντα και με τον παραδοσιακό τρόπο πώλησης. Κατά τη δεκαετία του '80, εμφανίζονται οι πρώτες επώνυμες φίρμες με ταυτόχρονη προσπάθεια των ελληνικών καταστημάτων να επιβάλουν την επωνυμία τους, ενώ τη δεκαετία του '90, εμφανίζονται οι πρώτες πολυεθνικές και οι νέες μορφές εμπορίου.

Τα ηλεκτρονικά καταστήματα εμφανίζονται με την τεχνολογική εξέλιξη και εδραιώνονται μετά την πανδημία Covid-19, που έφερε το παρατεταμένο υποχρεωτικό κλείσιμο των συμβατικών καταστημάτων το 2020 και έστρεψε τους καταναλωτές στις ηλεκτρονικές αγορές. Για να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες της αγοράς πολλά εμπορικά καταστήματα δημιούργησαν και ηλεκτρονικό κατάστημα, ενώ στην πορεία πολλές επιχειρήσεις στράφηκαν αποκλειστικά στο ηλεκτρονικό εμπόριο.

Ο επαγγελματίας προωθητής πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser απασχολείται πλέον και στο ηλεκτρονικό κατάστημα για την καλύτερη διαχείριση και προβολή των εμπορευμάτων.

Τα τελευταία χρόνια η ανάγκη για την προστασία του περιβάλλοντος δημιουργεί την ανάγκη για νέες τεχνικές από τη μεριά των επαγγελματιών του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser, που προστατεύουν το περιβάλλον και ευαισθητοποιούν τους καταναλωτές ως προς την ανάγκη προστασίας του.

A.5 Οικονομία και επιχειρηματικό περιβάλλον

Οι προωθητές πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandisers μπορούν να απασχοληθούν στην πλειονότητα των εμπορικών επιχειρήσεων, κυρίως στον χώρο έκθεσης των εμπορευμάτων. Μπορεί να είναι εργαζόμενοι στα εμπορικά καταστήματα ή να εκπροσωπούν άλλες επιχειρήσεις, τοποθετώντας τα προϊόντα τους στις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης. Επίσης με την άνοδο του ηλεκτρονικού εμπορίου συμβάλλουν και στην ψηφιακή προβολή των προϊόντων.

Έτσι λοιπόν είναι δυνατόν να εργάζονται σε οποιαδήποτε επιχείρηση λιανικού εμπορίου, όπως σούπερ μάρκετ, πολυκαταστήματα, καταστήματα ένδυσης, υπόδησης, καλλυντικών, φαρμακευτικών προϊόντων, ειδών οικιακής χρήσης και οικιακών συσκευών, ηλεκτρονικών υπολογιστών και ψηφιακών προϊόντων, καταστήματα τροφίμων και ποτών και γενικά σε οποιοδήποτε χώρο λιανικού εμπορίου είτε συμβατικού, είτε ψηφιακού.

Το λιανικό εμπόριο αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους τομείς της οικονομίας και διαφοροποιείται ανάλογα με τις αλλαγές που επέρχονται στις καταναλωτικές συνήθειες. Οι αλλαγές αυτές μπορεί να οφείλονται σε αλλαγή κουλτούρας και συνηθειών, στην εμφάνιση διαφόρων κινδύνων, όπως η κλιματική αλλαγή ή η ενεργειακή κρίση αλλά και μείωση ή αύξηση του εισοδήματος των νοικοκυριών.

Ο εργαζόμενος ως προωθητής πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser συμβάλλει και στην τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης, καθώς και στην προβολή των τιμών. Το μειωμένο εισόδημα της πλειοψηφίας των νοικοκυριών τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα ύστερα από την οικονομική κρίση του 2008, την πανδημία Covid-19 και πιο πρόσφατα, την ενεργειακή κρίση, οδήγησαν ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού στην αναζήτηση φτηνότερων προϊόντων. Από την άλλη, μια μικρή μερίδα του πληθυσμού στράφηκε σε ιδιαίτερα ακριβά προϊόντα.

Πολλές ελληνικές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου που λειτουργούσαν ως μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις δεν κατάφεραν να ανταπεξέλθουν στις συνεχόμενες κρίσεις και έκλεισαν. Στις επιχειρήσεις αυτές συνήθως ο ίδιος ο επιχειρηματίας αναλάμβανε τον ρόλο του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser. Επίσης μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων έκλεισαν τα καταστήματά τους στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια.

Το ιδιοκτησιακό καθεστώς αλλάζει στις μεγάλες επιχειρήσεις, με πολλές ελληνικές να πωλούνται σε πολυεθνικές επιχειρήσεις. Πολλές από τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου που λειτουργούν στην Ελλάδα είναι πολυεθνικών συμφερόντων. Συχνά οι οδηγίες για τον τρόπο προώθησης των προϊόντων εντός του καταστήματος είναι κοινές σε όλα τα υποκαταστήματα μιας επιχείρησης ανεξάρτητα από την πόλη ή τη χώρα που δραστηριοποιούνται και προέρχονται από τη μητρική επιχείρηση.

Οι τάσεις της ελληνικής, ευρωπαϊκής και διεθνούς αγοράς είναι η δημιουργία παράλληλα με τα συμβατικά καταστήματα και ηλεκτρονικών καταστημάτων ή ακόμα και η μετατροπή των συμβατικών καταστημάτων σε ηλεκτρονικά καταστήματα. Έτσι σταδιακά μεγάλες επιχειρήσεις λιανικής πώλησης φεύγουν από τα εμπορικά κέντρα, δημιουργούν αντί μεγάλα καταστήματα, μεγάλες αποθήκες και στρέφονται στο ψηφιακό εμπόριο.

Επίσης πολλές επιχειρήσεις μείωσαν ή έκλεισαν τα καταστήματά τους, μεταφέροντας τη δραστηριότητά τους στο διαδίκτυο, όπως γνωστή αλυσίδα ρούχων που έκλεισε 81 καταστήματα σε Βρετανία και Ιρλανδία, μέσα στο 2021. Από την άλλη νέες αλυσίδες ανοίγουν καταστήματα και στην Ελλάδα, Έτσι αλυσίδα μέλος πολωνικού ομίλου προγραμματίζει να ανοίξει 100 καταστήματα σε Ελλάδα και Ιταλία, σύμφωνα με στοιχεία του Ιανουαρίου του 2023. Ο συγκεκριμένος όμιλος εγκαινίασε 50 νέα καταστήματα της αλυσίδας πανευρωπαϊκά, στο τρίμηνο Μάιος - Ιούλιος 2022.

Άλλη αλυσίδα καταστημάτων κλείνει τα μικρά καταστήματα και ανοίγει μεγαλύτερα που ταιριάζουν στο νέο μοντέλο ανάπτυξης που προωθεί παγκοσμίως.

Εμπορικές επιχειρήσεις μπορούν να εκμεταλλευτούν χρηματοδοτικά εργαλεία και ευρωπαϊκά προγράμματα προκειμένου να ανταποκριθούν σε προκλήσεις όπως η κλιματική αλλαγή, η τεχνολογική εξέλιξη, η εφαρμογή καινοτόμων προτάσεων.

Σύμφωνα με στοιχεία του Δεκεμβρίου 2022 της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, το 2019, το πλήθος των επιχειρήσεων στον κλάδο Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο, Επισκευή Μηχανοκίνητων Οχημάτων και Μοτοσυκλετών ήταν 230.782.

Οι πέντε κλάδοι λιανικού εμπορίου με τη μεγαλύτερη συμμετοχή στον ετήσιο κύκλο εργασιών του 2022 ήταν:

- Λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα που πωλούν κυρίως τρόφιμα, ποτά ή καπνό (26,9%)
- Λιανικό εμπόριο καυσίμων κίνησης σε ειδικευμένα καταστήματα (13,9%).
- Πώληση αυτοκινήτων και ελαφρών μηχανοκίνητων οχημάτων (9,8%)
- Φαρμακευτικά είδη σε ειδικευμένα καταστήματα (6,9%)
- Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε ειδικευμένα καταστήματα (5,0%)

Πίνακας 1: Ετήσιος Κύκλος Εργασιών (σε χιλ. ευρώ), από Διοικητικές Πηγές, για το Σύνολο των Επιχειρήσεων της Ελληνικής Οικονομίας (οριστικό Στατιστικό Μητρώο Επιχειρήσεων, έτους 2019), ανά Τομέα Οικονομικής Δραστηριότητας (NACE Αναθ. 2)

Κωδικός NACE Αναθ. 2	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ Περιγραφή	ΠΑΡΟΧΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΕΤΟΥΣ 2019)	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (σε χιλ. ευρώ)				ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΟΝ ΣΥΝΟΛΙΚΟ ΚΥΚΛΟ ΕΡΓΑΣΙΩΝ		ΕΤΗΣΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ (%)		
			2019	2020	2021	2022	2021	2022	2020/2019	2021/2020	2022/2021
A	Γεωργία, δασοκομία και Αλιεία	536.763	6.866.466	7.150.135	8.263.196	9.668.814	2,4	2,1	4,1	15,6	17,0
B	Ορυχεία και Λατομεία	604	892.677	798.939	845.019	866.213	0,2	0,2	-10,5	5,8	2,5
Γ	Μεταποίηση	57.904	64.147.292	57.338.993	72.192.107	100.438.647	21,2	21,8	-10,6	25,9	39,1
Δ	Παροχή Ηλεκτρικού Ρεύματος, Φυσικού Αερίου, Ατμού και Κλιματισμού	8.219	20.977.855	18.311.629	(**)	(**)	(**)	(**)	-12,7	(**)	(**)
Ε	Παροχή Νερού, Επεξεργασία Λυμάτων, Διαχείριση Αποβλήτων και Δραστηριότητες Εξυγίανσης	1.963	1.954.649	1.926.825	2.190.151	2.495.791	0,6	0,5	-1,4	13,7	14,0
ΣΤ	Κατασκευές	61.913	10.345.342	10.004.416	10.957.772	13.544.210	3,2	2,9	-3,3	9,5	23,6
Ζ	Χονδρικό και Λιανικό Εμπόριο, Επισκευή Μηχανοκίνητων Οχημάτων και Μοτοσυκλετών	230.782	131.099.522	121.886.667	139.126.983	167.088.934	40,9	36,2	-7,0	14,1	20,1
Η	Μεταφορά και Αποθήκευση	61.145	17.468.096	13.052.523	16.872.848	22.132.553	5,0	4,8	-25,3	29,3	31,2
Θ	Δραστηριότητες Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Υπηρεσιών Εστίασης	110.330	13.995.752	6.825.992	10.843.492	16.456.255	3,2	3,6	-51,2	58,9	51,8
Ι	Ενημέρωση και Επικοινωνία	17.097	12.549.097	11.687.156	12.242.075	13.608.557	3,6	3,0	-6,9	4,7	11,2
Κ	Χρηματοπιστωτικές και Ασφαλιστικές Δραστηριότητες	17.032	13.085.131	10.369.770	(**)	(**)	(**)	(**)	-20,8	(**)	(**)
Λ	Διαχείριση Ακίνητης Περιουσίας	10.773	(**)	1.856.405	1.932.822	(**)	0,6	(**)	(**)	4,1	(**)
Μ	Επαγγελματικές, Επιστημονικές και Τεχνικές Δραστηριότητες	138.661	10.384.547	10.118.509	11.853.690	13.963.088	3,5	3,0	-2,6	17,1	17,8
Ν	Διοικητικές και Υποστηρικτικές Δραστηριότητες	21.779	7.584.219	4.979.737	6.279.566	8.439.450	1,8	1,8	-34,3	26,1	34,4
Ξ	Δημόσια Διοίκηση και Άμυνα, Υποχρεωτική Κοινωνική Ασφάλιση	1.088	494.326	463.765	528.681	(**)	0,2	(**)	-6,2	14,0	(**)
Ο	Εκπαίδευση	21.695	416.075	384.499	444.051	566.433	0,1	0,1	-7,6	15,5	27,6
Π	Δραστηριότητες Σχετικές με την Ανθρώπινη Υγεία και την Κοινωνική Μέριμνα	58.515	2.053.617	2.100.246	2.545.243	2.600.861	0,7	0,6	2,3	21,2	2,2
Ρ	Τέχνες, διασκέδαση και Ψυχαγωγία	21.343	5.540.260	3.875.118	4.465.477	6.395.397	1,3	1,4	-30,1	15,2	43,2
Σ	Άλλες δραστηριότητες Παροχής Υπηρεσιών	40.411	1.362.639	1.163.541	1.353.499	1.607.224	0,4	0,3	-14,6	16,3	18,7
Ω	Άγνωστη δραστηριότητα	9.108	59.168	26.402	6.097	10.772	0,0	0,0	-55,4	-76,9	76,7
Γενικό Σύνολο		1.427.125	324.812.874	284.321.267	340.283.110	461.242.602			-12,5	19,7	35,5

(**) Στα στοιχεία περιλαμβάνονται μη τυπικές συναλλαγές, ως εκ τούτου δε δημοσιεύονται γιατί δεν είναι συγκρίσιμα.

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2022)

Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ που δημοσιεύτηκαν τον Δεκέμβριο του 2022, σχετικά με το Σύνολο των επιχειρήσεων της Ελληνικής Οικονομίας, παρουσιάζεται μια αυξητική τάση στον κύκλο εργασιών του κλάδου του Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου. Η συμμετοχή στον συνολικό κύκλο εργασιών το 2022 του κλάδου του Εμπορίου ήταν στο 36,2% όταν η πλειοψηφία των κλάδων έχει συμμετοχή μικρότερη από 5%.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται από το Στατιστικό Μητρώο Επιχειρήσεων του 2020, της ΕΛΣΤΑΤ, ο αριθμός οικονομικών μονάδων, ο Κύκλος Εργασιών και ο αριθμός των απασχολούμενων σε όλους τους κλάδους, καθώς και στον κλάδο τον Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου, όπου και απασχολούνται οι προωθητές πωλήσεων. Όπως είναι αναμενόμενο στην Αττική είναι οι περισσότερες μονάδες, ακολουθεί η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, Κρήτης, Πελοποννήσου και Θεσσαλίας.

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - ΕΤΟΣ 2020					
Πίνακας 5: Αριθμός νομικών μονάδων, κύκλος εργασιών (σε χιλ. ευρώ) και απασχολούμενοι ανά μονοψήφιο κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (NACE Αναθ. 2) και Περιφέρεια					
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ		ΑΡΙΘΜΟΣ ΝΟΜΙΚΩΝ ΜΟΝΑΔΩΝ	ΚΥΚΛΟΣ ΕΡΓΑΣΙΩΝ (σε χιλιάδες ευρώ)	ΑΡΙΘΜΟΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ
	Κωδικός NACE Αναθ.2	Περιγραφή			
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΙΑΣ			83.376	6.677.179	172.933
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΙΑΣ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	11.319	2.926.236	26.209
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ			228.224	32.279.829	634.743
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	42.290	16.318.479	128.072
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ			36.777	2.358.477	73.150
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	5.152	1.074.866	10.217
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ			44.622	4.555.315	104.013
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	6.025	1.784.518	14.805
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ			108.679	9.436.758	220.679
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	14.732	3.592.856	31.468
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ			72.968	6.911.108	146.101
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	10.453	2.537.024	22.330
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ			36.787	2.280.348	83.301
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	5.676	1.210.745	13.775
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ			96.151	7.082.352	193.148
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	13.115	3.426.762	30.169
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ			109.494	7.522.954	188.561
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	11.697	3.434.166	27.964
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ			354.849	185.620.512	2.013.620
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	76.156	72.130.734	373.669
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ			33.066	1.789.237	57.865
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	4.304	970.059	9.324
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ			48.727	4.193.927	137.587
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	9.462	2.101.382	23.116
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ			139.894	9.728.764	262.340
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ	Z	ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	14.348	4.533.205	40.817
Γενικό Σύνολο			1.393.614	280.436.761	4.288.041

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ (2022)

Οι επαγγελματίες του χώρου θα πρέπει να φροντίζουν για τα δικαιώματά του καταναλωτή και να μην προσπαθούν με τεχνικές να τον παραπλανήσουν για να αγοράσει προϊόντα που δεν ικανοποιούν τις ανάγκες/επιθυμίες του. Στόχος είναι να φύγει ο καταναλωτής ικανοποιημένος από τις αγορές του και να έχει ενημερωθεί με τρόπο ενδιαφέροντα και δημιουργικό για τις επιλογές που έχει.

Μέσα από Κέντρα Διά Βίου Μάθησης παρέχονται πιστοποιήσεις που αφορούν σε διάφορα επαγγέλματα. Η πιστοποίηση επαγγελματιών αποτελεί μια σύγχρονη και διεθνώς αναγνωρισμένη διεργασία με την οποία οι εργαζόμενοι αποδεικνύουν μέσω εξετάσεων, την επάρκειά τους σε ένα γνωστικό αντικείμενο. Διάφοροι οργανισμοί πιστοποίησης, διεξάγουν εξετάσεις σχετικές με το επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser.

Όσον αφορά στο αποτέλεσμα της εργασίας δεν υπάρχει κάποια μορφή πιστοποίησης, αφού εξαρτάται από τις εκάστοτε ανάγκες και τη δημιουργική φαντασία.

A.6 Εργασία, ανθρώπινο δυναμικό και συνθήκες απασχόλησης

Οι προωθητές πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandisers απασχολούνται στον τομέα του Λιανικού και Χονδρικού Εμπορίου, αναλαμβάνοντας συγκεκριμένο ρόλο, τον οποίο σε μικρές επιχειρήσεις μπορεί να αναλαμβάνουν οι ίδιοι οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων ή οι πωλητές.

Οι εργαζόμενοι ως προωθητές επιχειρήσεων χονδρικού εμπορίου, δεν έχουν σταθερό σημείο εργασίας, καθώς μετακινούνται και επισκέπτονται πελάτες, φροντίζοντας για την καλύτερη τοποθέτηση και προώθηση των προϊόντων της επιχείρησης που αντιπροσωπεύουν. Στις περιπτώσεις αυτές μετακινούνται συχνά και μπορεί να απαιτηθεί να διαθέτουν δικό τους μέσο μεταφοράς.

Στις μεγάλες εταιρείες που απασχολούν Merchandiser, όλες οι πληροφορίες συλλέγουν κατά τις επισκέψεις τους σε καταστήματα, τροφοδοτούν στη συνέχεια τους αρμόδιους Key Account Manager, οι οποίοι, σε συνεργασία με εκπροσώπους Πωλήσεων και Μάρκετινγκ, αναλαμβάνουν τον σχεδιασμό, τη διαπραγμάτευση και προσαρμόζουν τις συμφωνίες σε κεντρικό επίπεδο και κατ' επέκταση, τις προωθητικές ενέργειες που τρέχουν σε κάθε κατάσταση. Στις μικρότερες εταιρείες η δουλειά αυτή αποτελεί μέρος της εργασίας του Merchandiser.

Τα διαθέσιμα στοιχεία σχετικά με την απασχόληση στο τομέα του Εμπορίου, αφορούν γενικά τους απασχολούμενους σε αυτό, χωρίς να υπάρχει διαχωρισμός σε ειδικότητες, όπως προωθητές πωλήσεων. Η πλειοψηφία των ανθρώπων που ασχολούνται στο Εμπόριο, απασχολείται στον τομέα των πωλήσεων.

Σύμφωνα με έρευνα διάρθρωσης επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ για το 2020, που δημοσιεύτηκε στις 23 Σεπτεμβρίου 2023, ο αριθμός των μισθωτών στο τομέα «Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών» ήταν 521.190, δηλαδή το 28,7%, σε σύνολο 1.813.300 μισθωτών, οι οποίοι απασχολούνταν σε 221.926 επιχειρήσεις.

Π Ι Ν Α Κ Α Σ 5: Κόστος εργασίας των επιχειρήσεων εμπορίου, κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (NaceRev. 2) - Σύνολο Ελλάδος					
Ποσά: χιλιάδες ευρώ					Έτος: 2020
Κωδικοί κλάδων οικονομικής δραστηριότητας	Κλάδοι οικονομικής δραστηριότητας	Σύνολο επιχειρήσεων	Κόστος εργασίας		
			Σύνολο	Αμοιβές απασχολούμενων	Δαπάνες κοινωνικής ασφάλισης
		<i>B= 11110</i>	<i>C= 13310</i>	<i>D= 13320</i>	<i>E= 13330</i>
	Σύνολο	221926	8492286	6803114	1688351
45	Χονδρικό και λιανικό εμπόριο και επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	26525	584023	468132	115891
46	Χονδρικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	56220	4270737	3426377	843539
47	Λιανικό εμπόριο, εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών	139181	3637526	2908605	728922
471	Λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα	21582	1865307	1482805	382501
472	Λιανικό εμπόριο τροφίμων, ποτών και καπνού σε ειδικευμένα καταστήματα	20776	286805	229815	56990
473	Λιανικό εμπόριο καυσίμων κίνησης σε ειδικευμένα καταστήματα	4569	121533	97167	24366
474	Λιανικό εμπόριο εξοπλισμού πληροφοριακών και επικοινωνιακών συστημάτων σε ειδικευμένα καταστήματα	2740	82201	64505	17697
475	Λιανικό εμπόριο άλλου οικιακού εξοπλισμού σε ειδικευμένα καταστήματα	19374	291848	235446	56402
476	Λιανικό εμπόριο επιμορφωτικών ειδών και ειδών ψυχαγωγίας σε ειδικευμένα καταστήματα	6199	170148	136429	33719
477	Λιανικό εμπόριο άλλων ειδών σε ειδικευμένα καταστήματα	49658	776178	627635	148543
478	Λιανικό εμπόριο σε υπαίθριους πάγκους και αγορές	8381	7287	5856	1431
479	Λιανικό εμπόριο εκτός καταστημάτων, υπαίθριων πάγκων ή αγορών	5902	36218	28947	7271

Σύμφωνα με μελέτη του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πληροφορικής και Επικοινωνιών Ελλάδας που δημοσιεύτηκε στις 4 Απριλίου 2023 διαπιστώνεται ότι παρατηρείται γενικά μια αναντιστοιχία μεταξύ αναγκών και προσφοράς στον τομέα των δεξιοτήτων, σε μια μία χρονική στιγμή κατά την οποία το 82% των επικεφαλής των επιχειρήσεων θεωρεί τις δεξιότητες τον πιο σημαντικό παράγοντα κατά την αξιολόγηση των υποψηφίων. Μόνο το 18% δίνει προτεραιότητα στους τίτλους σπουδών.

Η παραμονή των εργαζομένων ως επιχειρηματικό όφελος των προσλήψεων βάσει δεξιοτήτων (56%), η αυξημένη ποικιλομορφία του εργατικού δυναμικού (48%) και η ανταλλαγή γνώσεων (46%) αναφέρονται ως τα κορυφαία οφέλη της πρόσληψης βάσει δεξιοτήτων.

Τα διευθυντικά στελέχη πιστεύουν, επίσης, ότι η ανάπτυξη των ψηφιακών δεξιοτήτων των εργαζομένων μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένη παραγωγικότητα (47%), καλύτερη ομαδική απόδοση (43%) και βελτιωμένες ικανότητες επίλυσης προβλημάτων (40%).

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)

Η σαφώς μεγαλύτερη ομάδα επαγγελματιών στην ΕΕ των 28 το 2016 είναι οι προσωπικές υπηρεσίες και οι εργαζόμενοι στις πωλήσεις, που αντιστοιχούν στο 9,5 % του εργατικού δυναμικού, ή 21,4 εκατομμύρια άτομα. Η ομάδα αυτή υπερβαίνει τις οκτώ μικρότερες ομάδες επαγγελματιών λαμβανόμενες από κοινού, όπου, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται όλοι οι εργαζόμενοι σε γεωργικά επαγγέλματα, οι εργαζόμενοι στη βιομηχανία επεξεργασίας τροφίμων, και τα μέλη των ενόπλων δυνάμεων. Μετά την ομάδα υπηρεσιών και πωλήσεων, υπάρχουν υπάλληλοι, ακολουθούμενοι από επιχειρηματικά και διοικητικά στελέχη ενδιάμεσης βαθμίδας. (Πηγή: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Employment_statistics/el&oldid=359278 ανακτήθηκε 7/4/2023)

Τα τελευταία χρόνια αναδεικνύεται έντονα και το θέμα της ισότητας στην εργασία. Όσον αφορά στο επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων 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 προωθητή πωλήσεων 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.

Οι ειδিকেύσεις του επαγγέλματος συνήθως αφορούν στο είδος των πωλούμενων προϊόντων. Έτσι μπορούν να χωριστούν σε φαρμακευτικά/ καλλυντικά προϊόντα, οικιακές συσκευές, έπιπλα, ένδυση/υπόδηση, είδη διατροφής/super market.

Μπορούν να αναφερθούν και ως εξειδικεύσεις του επαγγέλματος:

- Visual Merchandiser, που ειδικεύονται κυρίως στην τοποθέτηση των προϊόντων σε καταστήματα λιανικής, με τρόπο που να είναι ελκυστικά προς τον καταναλωτή.

- Store merchandiser, ο οποίος επισκέπτεται καταστήματα εκ μέρους της εταιρίας του, βάση προγράμματος και πραγματοποιεί διαχείριση ραφίου και προβολών, έλεγχο αποθήκης, συνεργασία με το μόνιμο προσωπικό του καταστήματος, δημιουργία αναφορών.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας ενδέχεται να επηρεάσει και τον τρόπο που ασκείται το επάγγελμα. Η συνηθισμένη μορφή είναι με εξαρτημένη σχέση εργασίας με τον εργοδότη, όπου ο προωθητής πωλήσεων εργάζεται είτε στα καταστήματα της επιχείρησης ή επισκέπτεται καταστήματα πελατών της επιχείρησης.

Επίσης συχνά οι απασχολούμενοι στο επάγγελμα αυτό εργάζονται με τον θεσμό του «ενοικιαζόμενου» υπαλλήλου, μέσω Εταιριών Προσωρινής Απασχόλησης (ΕΠΑ). Οι ΕΠΑ ιδρύθηκαν με βάση τον νόμο 2956/2001 και έχουν ως αντικείμενο δραστηριότητας την παροχή εργασίας σε άλλον εργοδότη (έμμεσο) με τη μορφή της προσωρινής απασχόλησης. Ως προσωρινή εργασία νοείται η εργασία που παρέχεται σε άλλον εργοδότη (έμμεσος) για περιορισμένο χρονικό διάστημα από μισθωτό, ο οποίος συνδέεται με τον εργοδότη του με σχέση εξαρτημένης εργασίας ή αορίστου χρόνου.

Ήδη όμως έχει κάνει την εμφάνισή της μια εφαρμογή, η οποία δεν είναι ακόμα διαθέσιμη στην Ελλάδα, και επιτρέπει την πιο ευέλικτη μη εξαρτημένη εργασία. Ο εργαζόμενος επιλέγει το πότε και πόσο θα εργαστεί και με την καθοδήγηση ειδικού, επισκέπτεται τα καθορισμένα καταστήματα και εκτελεί τις πιο απλές από τις εργασίες του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser, όπως τακτοποίηση προϊόντων στο ράφι, σύμφωνα με την εικόνα προτύπου και ημερομηνίες λήξης, τοποθέτηση ετικετών τιμών κάτω από τα προϊόντα, αφαίρεση ελαττωματικών προϊόντων.

Στην εφαρμογή αναφέρονται οι διαθέσιμες πόλεις, καθώς και οι αλυσίδες λιανικής που συνεργάζονται. Η χρήση της προσομοιάζει με τον τρόπο λειτουργίας των πλατφόρμων που συνεργάζονται οι μεταφορείς (courier).

Συχνά υλοποιούνται προγράμματα χρηματοδοτούμενα κυρίως από την Ευρωπαϊκή Ένωση για απόκτηση εμπειρίας εργαζομένων. Με αυτό τον τρόπο διευκολύνονται οι επιχειρηματίες να απασχολήσουν άτομα που δεν διαθέτουν εμπειρία, αφού δεν επιβαρύνονται το κόστος της μισθοδοσίας, διευκολύνει και τους εργαζόμενους να αποκτήσουν την εμπειρία για να διατηρήσουν μετά την ολοκλήρωση του προγράμματος τη θέση τους ή να αναζητήσουν αντίστοιχη εργασία.

Το επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου – merchandiser μπορεί να ασκηθεί ακολουθώντας απλώς οδηγίες, ιδιαίτερα σε μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων όπου οι αποφάσεις παίρνονται από έμπειρα στελέχη, ή να είναι δημιουργικό και η δυνατότητα αυτή δίνεται συνήθως σε μικρότερες επιχειρήσεις ή στο κέντρο αποφάσεων μεγάλων επιχειρήσεων.

Ανάμεσα στα επιθυμητά χαρακτηριστικά του επαγγελματία προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου – merchandiser είναι να διαθέτει αισθητική, ικανότητες επικοινωνίας, διάθεση για ομαδική εργασία. Συχνά απαιτείται και καλή φυσική κατάσταση, δεδομένου ότι η τοποθέτηση προϊόντων στα ράφια, απαιτεί πολύωρη ορθοστάσια, κουβάλημα αντικειμένων που μπορεί να έχουν βάρος, συχνό σκύψιμο για σήκωμα και τοποθέτηση των προϊόντων. Επίσης μπορεί να απαιτείται το ανέβασμα σε σκάλα, το τέντωμα για την τοποθέτηση προωθητικού υλικού σε ψηλά σημεία.

Πρόκειται επομένως για επάγγελμα που δεν μπορεί να ασκηθεί με ευκολία από άτομα που έχουν ορισμένες μορφές αναπηρίας, όπως κινητικές. Επίσης άτομα με προβλήματα όρασης δεν μπορούν να το ασκήσουν, δεδομένου ότι επιδιώκεται από τον επαγγελματία να επιμεληθεί την εικόνα του καταστήματος.

Σε επίπεδο όμως αποφάσεων μπορούν να εργαστούν άτομα με κάποιες μορφές αναπηρίας, δεδομένου ότι μπορούν να σχεδιάσουν τον τρόπο προώθησης και τοποθέτησης των προϊόντων, ενώ μπορούν να συμβάλλουν και στην εικόνα του ηλεκτρονικού καταστήματος.

Ο εργαζόμενος στην προώθηση πωλήσεων λιανικής εργάζεται είτε ώρες καταστημάτων, είτε πριν το άνοιγμα αυτών, προκειμένου να έχει τακτοποιηθεί το προωθητικό υλικό και να έχουν τοποθετηθεί τα προϊόντα στα ράφια, πριν το άνοιγμα του καταστήματος, επομένως επηρεάζεται από τις ώρες που παραμένουν ανοικτά τα καταστήματα.

Σύμφωνα με τις τελευταίες τροπολογίες, τα καταστήματα παραμένουν ανοιχτά πολλές Κυριακές τον χρόνο, ενώ σύμφωνα με πιο πρόσφατες τροπολογίες, Απρίλιος 2023, του Υπουργείου Ανάπτυξης, θεσμοθετήθηκε το δικαίωμα της Δημοτικής Αρχής, του εκάστοτε Δήμου να αποφασίζει για τη δυνατότητα λειτουργίας των καταστημάτων ακόμα και σε ολονύχτια βάση, με στόχο και την εξυπηρέτηση τουριστικών αναγκών.

Το συγκεκριμένο νομοσχέδιο, που οδηγεί στην απελευθέρωση του ωραρίου των καταστημάτων, καταγγέλθηκε από τα Σωματεία των Εργαζομένων.

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

Σε δευτεροβάθμιο συνδικαλιστικό επίπεδο, οι προωθητές πωλήσεων λιανικού εμπορίου – merchandisers οργανώνονται και εκπροσωπούνται παραδοσιακά από την Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος (ΟΙΥΕ), η οποία ιδρύθηκε το 1922. Η ΟΙΥΕ συγκροτείται από πρωτοβάθμια σωματεία εργαζόμενων μισθωτών που παρέχουν εξαρτημένη εργασία και αμείβονται ως υπάλληλοι ιδιωτικών βιομηχανικών, εμπορικών επιχειρήσεων καθώς και επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών.

Η ΟΙΥΕ σήμερα, οργανώνει και εκπροσωπεί τους υπαλλήλους κύρια στους κλάδους του εμπορίου, της παροχής υπηρεσιών, των ναυτιλιακών επιχειρήσεων και τουριστικών γραφείων, της καθαριότητας, των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών φύλαξης και ασφαλείας, των επιχειρήσεων πληροφορικής. Επίσης η ΟΙΥΕ εκπροσωπεί και τους εργαζομένους σε Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου, οι οποίοι έχουν σχέση εργασίας ιδιωτικού δικαίου. Έχει στη δύναμή της 171 σωματεία-μέλη σε όλη τη χώρα στα οποία είναι εγγεγραμμένοι 55.000 εργαζόμενοι.

Η ΟΙΥΕ, είναι μέλος της Γ.Σ.Ε.Ε. (Γενική Συνομοσπονδία Εργατών Ελλάδος), συμμετέχει σε θεσμούς κοινωνικού διαλόγου και συνεργάζεται συστηματικά με τις εργοδοτικές οργανώσεις που σχετίζονται με επαγγελματίες του εμπορίου, όπως η Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (ΕΣΕΕ), η Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών, Βιοτεχνών και Εμπόρων Ελλάδος (ΓΣΕΒΕΕ) και ο Σύνδεσμος Εταιρειών Λιανικής Πώλησης Ελλάδος (ΣΕΛΠΕ).

Η Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (Ε.Σ.Ε.Ε.), αποτελεί τρίτοβάθμια οργάνωση, η οποία εκπροσωπεί τον εμπορικό κόσμο και ιδιαίτερα τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα και αριθμεί ως μέλη 17 ομοσπονδίες, 325 εμπορικούς συλλόγους και Συνδέσμους Εμπορικών Αντιπροσώπων από όλη τη χώρα.

Σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, οι εργαζόμενοι στο εμπόριο εκπροσωπούνται από τη διεθνή Ομοσπονδία «UNION NETWORK INTERNATIONAL (U.N.I.)», η οποία δραστηριοποιείται κατά κύριο λόγο σε 15 κλάδους του ευρύτερου τομέα της Παροχής Υπηρεσιών και είναι μέλος της Διεθνούς Συνομοσπονδίας Ελεύθερων Συνδικάτων. Το κλαδικό τμήμα της UNI, είναι το «UNI COMMERCE CLOBAL COMMERCE». Η ευρωπαϊκή περιφερειακή οργάνωση του εμπορίου, είναι η UNI Europa Commerce, μέλος της οποίας είναι και η Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος.

Σε κάθε περιοχή εδρεύουν τοπικοί φορείς που ασχολούνται με τις συνθήκες του εμπορίου στην περιοχή, όπως για παράδειγμα Σύλλογος Εμποροϋπαλλήλων Αθήνας, Σύνδεσμος Υπαλλήλων Εμπορικών Καταστημάτων Ιδιωτικών Επιχειρήσεων Πειραιά, Ένωση Επαγγελματιών Βιοτεχνών και Εμπόρων Καλλιθέας, Σύνδεσμος Υπαλλήλων και Ιδιωτικών Υπαλλήλων Χίου αλλά και Σωματεία Εργαζομένων σε μεγάλες επιχειρήσεις, όπως Σωματείο Εργαζομένων Lidl N. Αττικής και άλλα.

Η Ομοσπονδία Ιδιωτικών Υπαλλήλων Ελλάδος (Ο.Ι.Υ.Ε.) διατηρεί ιστοσελίδα στο διαδίκτυο και στη διεύθυνση www.oie.gr στην οποία περιέχονται πληροφορίες σχετικά με τις ανακοινώσεις της Ομοσπονδίας σε θέματα εργασιακών σχέσεων και συνδικαλιστικών ζητημάτων, ενώ εμπεριέχονται και όλες οι συλλογικές συμβάσεις εργασίας που συνομολογεί η οργάνωση. Η ΓΣΕΕ διατηρεί τη δική της ηλεκτρονική σελίδα www.gsee.gr/.

Τα διάφορα σωματεία και Ενώσεις διατηρούν ηλεκτρονικές σελίδες αλλά και σελίδες σε κοινωνικά δίκτυα παρέχοντας πληροφόρηση για διάφορα εργασιακά ή συνδικαλιστικά ζητήματα που τα αφορούν.

Πληροφορίες σχετικά με τις συνθήκες εργασίας παρέχονταν από το Σ.Ε.Π.Ε., Σώμα Επιθεώρησης Εργασίας www.sepenet.gr.

Πληροφόρηση επίσης παρέχουν μέσα από τις ηλεκτρονικές τους σελίδες τα Εμπορικά Επιμελητήρια, όπως το Εμπορικό Επιμελητήριο Αθηνών, που έχει ιδρυθεί από το 1841.

Υπάρχουν επίσης οικονομικά site και εκδόσεις οικονομικών κυρίως εντύπων όπου μπορεί κανείς να αναζητήσει πληροφορίες. Η Ελληνική Ακαδημία Μάρκετινγκ διατηρεί site όπου παρέχονται πληροφορίες και για το επάγγελμα <http://www.elam.gr/>

Ως άλλες πηγές πληροφόρησης για το επάγγελμα μπορούν να θεωρηθούν οι αγγελίες αναζήτησης προσωπικού από εμπορικές επιχειρήσεις, οι οποίες αναφέρονται και συνοπτικά στα προσόντα και τα καθήκοντα για κάθε

συγκεκριμένη θέση εργασίας. Επίσης, στη χώρα μας λειτουργούν και μια σειρά από website, που προσφέρουν υπηρεσίες ενημέρωσης ή μεσολάβησης για εξεύρεση εργασίας και στα οποία μπορεί κανείς να αντλήσει πληροφορίες για ζητούμενες θέσεις εργασίας merchandiser.

Υπάρχουν επίσης ηλεκτρονικές πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης για επαγγελματίες, (instagram, facebook, linkedin) οι οποίες χρησιμοποιούνται όλο και πιο πολύ από επιχειρήσεις που αναζητούν προσωπικό για να καλύψουν διάφορες θέσεις, όπως και αυτή του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser.

Για πολλά χρόνια εκδίδονταν περιοδικά που αφορούσαν στο Μάρκετινγκ, πλέον τα έντυπα έχουν μειωθεί ή έχουν κάνει πιο αραιές τις εκδόσεις τους και η ενημέρωση γίνεται κυρίως μέσα από το διαδίκτυο.

A.8 Θεσμικό πλαίσιο λειτουργίας του επαγγέλματος

Η σύσταση των εμπορικών επιχειρήσεων με εμπορική δραστηριότητα στις οποίες απασχολούνται οι προωθητές πωλήσεων λιανικής – merchandisers ακολουθεί τη νομοθεσία βάσει της νομικής μορφής των επιχειρήσεων ΑΕ, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ΙΚΕ, Ατομικές. Ανάλογα με το αντικείμενο της εμπορίας μπορεί να απαιτούνται ειδικές άδειες, όπως για παράδειγμα για νωπά προϊόντα, για προϊόντα καπνού, κυνηγετικά όπλα και άλλα.

Δεν απαιτούνται ειδικές προϋποθέσεις για την άσκηση του επαγγέλματος του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - Merchandiser. 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.

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

Όπως τα περισσότερα επαγγέλματα έχει επηρεαστεί από την τεχνολογική εξέλιξη. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύσσεται με αποτέλεσμα όλο και περισσότερες εμπορικές επιχειρήσεις να δημιουργούν και ηλεκτρονικά καταστήματα παράλληλα με τα φυσικά καταστήματα ή και αποκλειστικά ηλεκτρονικά καταστήματα. Με τη δημιουργία e-shop, ο προωθητής πωλήσεων πλέον ασχολείται και με τον τρόπο εμφάνισης των προϊόντων στο ψηφιακό κατάστημα.

Η επέκταση και αύξηση των ηλεκτρονικών καταστημάτων και των πωλήσεων μέσω διαδικτύου έχει δημιουργήσει φόβους για μελλοντικά μειωμένη ανάγκη απασχόλησης εργαζομένων στα φυσικά καταστήματα, είναι όμως πιθανόν απλώς να αλλάξει τον τρόπο εργασίας, αυξάνοντας την απασχόληση στα ηλεκτρονικά καταστήματα.

Όσον αφορά στις αλλαγές στην κύρια δραστηριότητα που είναι η προώθηση μέσα στο κατάστημα, οι τεχνολογικές εξελίξεις οδηγούν ώστε μέρος του προωθητικού υλικού να δημιουργείται μέσω ψηφιακής τεχνολογίας. Επίσης είναι να δυνατόν να γίνεται χρήση ψηφιακών εργαλείων, όπως δημιουργία και προβολή βίντεο, ακουστικά μηνύματα, γενικότερα οπτικά εφέ, καθώς και μηνύματα που μπορεί να λάβει ο καταναλωτής μετά από κάποια ενέργεια εκ μέρους του, όπως σκανάρισμα προϊόντων σε ψηφιακές συσκευές.

Ολοένα και περισσότερες εταιρείες, εξοπλίζουν τους Merchandiser που απασχολούν με enterprise mobility solutions, που αποτελούν σύγχρονες και ολοκληρωμένες λύσεις λογισμικού που λειτουργούν σε smartphone ή tablet και δίνουν την ευκολία στους εργαζόμενους να διαχειρίζονται αποτελεσματικά το πλάνο επισκέψεών τους, να κάνουν τις καταγραφές τους με ευκολία και ταχύτητα, επιτυγχάνοντας έτσι μεγάλη παραγωγικότητα, όπως επίσης, και να καταχωρούν παράπονα και προβλήματα που χρειάζεται να αντιμετωπίσουν ανά κατάστημα.

Από την άλλη μεριά, όλες οι πληροφορίες που συλλέγουν οι Merchandiser ενημερώνουν μια κεντρική βάση δεδομένων που διαχειρίζεται η κάθε εταιρεία για να παρακολουθεί τις αλλαγές των μεριδίων αγοράς διαχρονικά, τις τάσεις της αγοράς, την αποτελεσματικότητα των προωθητικών ενεργειών, την απόδοση των προωθητικών ενεργειών και των πωλήσεων ανά κατηγορία ειδών ανά τυπολογία καταστήματος ανά περιοχή ανά περίοδο και άλλα.

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

Η αυξανόμενη ανησυχία για το περιβάλλον επηρεάζει το επάγγελμα ως προς τη χρήση προωθητικού υλικού, φιλικού προς το περιβάλλον. Επίσης στη δημιουργία μηνυμάτων που ευαισθητοποιούν τον καταναλωτή σε σχέση

με το περιβάλλον και τις επιδράσεις των ενεργειών του στην κλιματική αλλαγή, επομένως και στην επιλογή των προϊόντων που αγοράζει. 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.

Ο προωθητής πωλήσεων λιανικού εμπορίου – merchandiser 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.

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 ο προωθητής πωλήσεων λιανικής θα πρέπει να αντιλαμβάνεται τις τάσεις της αγοράς.

ΕΝΟΤΗΤΑ Β
ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ/ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΑΣ -
ΠΡΟΔΙΑΓΡΑΦΕΣ

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ
ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ, ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ



ΚΕΛ 1 ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΕΙ ΤΙΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΚΑΙ ΕΞΑΣΦΑΛΙΖΕΙ ΤΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	
ΕΕΛ 1.1	ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙ ΚΑΤΑΓΡΑΦΗ ΑΝΑΓΚΩΝ ΑΓΟΡΑΣ
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ
	1.1.1. Πραγματοποιεί ανάλυση πωλήσεων
	1.1.2. Παρακολουθεί τις τάσεις της αγοράς
	1.1.3. Ενημερώνεται για νέα προϊόντα
	1.1.4. Συμβάλλει στην πραγματοποίηση πρόβλεψης πωλήσεων/ κερδών
1.1.5. Συμβάλλει στον σχεδιασμό του προϋπολογισμού κόστους εμπορευμάτων/πρωθητικού υλικού.	
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ: - Πραγματοποιεί ανάλυση πωλήσεων, συγκεντρώνοντας τις απαραίτητες πληροφορίες και τον ανταγωνισμό από τα αρμόδια τμήματα, ακολουθώντας τις αρχές της έρευνας και της στατιστικής. - Παρακολουθεί τις τάσεις της αγοράς, αξιοποιώντας τις διαθέσιμες πηγές πληροφόρησης, ελέγχοντας ανά κατάσταση, ανά επίσκεψη και καταγράφοντας τις πληροφορίες σε τυποποιημένες φόρμες, που καταχωρούνται για να εξασφαλίζεται διαχρονική πληροφόρηση. - Ενημερώνεται διαρκώς για νέα προϊόντα., πραγματοποιώντας επαφές με προμηθευτές ακολουθώντας τον κώδικα συμπεριφοράς και επαγγελματικής δεοντολογίας, συμμετέχοντας σε κλαδικές εκθέσεις και σεμινάρια και πραγματοποιώντας έρευνα στο διαδίκτυο. - Συμβάλλει στην πραγματοποίηση πρόβλεψης πωλήσεων/ κερδών, ακολουθώντας μοντέλα χρηματοοικονομικής ανάλυσης. - Συμβάλλει στον σχεδιασμό του προϋπολογισμού κόστους εμπορευμάτων/πρωθητικού υλικού, ακολουθώντας μεθόδους χρηματοοικονομικής ανάλυσης και σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα. ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ <i>Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:</i> Έδρα επιχείρησης, εμπορικά καταστήματα εξειδικευμένα ή γενικού εμπορίου, πολυκαταστήματα, χώροι σεμιναρίων, χώροι εκθέσεων, έδρα προμηθευτών <i>Μέσα/εργαλεία/υλικά:</i> Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές και συνδεδεμένες συσκευές, λογισμικό, οπτικοακουστικός εξοπλισμός, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας <i>Παραγόμενη υπηρεσία:</i> Καταγραφή αναγκών αγοράς <i>Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:</i> Στατιστικά μοντέλα για ανάλυση πωλήσεων, παρακολούθηση τάσεων αγοράς, πρόβλεψη πωλήσεων, κώδικας συμπεριφοράς και επαγγελματικής δεοντολογίας, κανόνες εχεμύθειας και εμπιστευτικότητας, πρότυπα αναζήτησης και επικοινωνίας για εύρεση νέων προϊόντων, λογιστικά μοντέλα σχεδιασμού προϋπολογισμού κόστους, μοντέλα και μέθοδοι χρηματοοικονομικής ανάλυσης	
ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο: 2. «Αποκτά βασικές γενικές γνώσεις που σχετίζονται με το εργασιακό του περιβάλλον και μπορούν να του χρησιμεύουν ακόμα και ως είσοδος σε διαδρομές διά βίου μάθησης».	
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: - Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ - Βασικές Αρχές Στατιστικής	Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4

• Βασικές Αρχές Merchandising • Βασικές Αρχές Έρευνας Αγοράς • Τμηματοποίηση Αγοράς • Συμπεριφορά καταναλωτή • Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών • Ερμηνεία πληροφοριών από στατιστικούς πίνακες και διαγράμματα • Βασικές Αρχές Λογιστικής Κόστους • Βασικές αρχές σύνταξης προϋπολογισμού • Αναγνώριση των ειδών των οικονομικών και λογιστικών καταστάσεων και αναφορών		«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».				
ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: • Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις. ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ • Χρήση λογισμικού στατιστικής επεξεργασίας • Συλλογή και αξιολόγηση πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών • Ανάλυση των τάσεων της αγοράς • Ανάλυση στατιστικών στοιχείων • Παραγωγή πινάκων, διαγραμμάτων, αναφορών, γραφικών παραστάσεων		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «Μπορεί να χρησιμοποιήσει με ευχέρεια τις γνώσεις και την ικανότητα να εφαρμόσει ένα φάσμα τεχνικών και εξειδικευμένων δεξιοτήτων σε πεδίο εργασίας ή σπουδής. Διαθέτει επικοινωνιακές δεξιότητες σε επίπεδο θεωρητικής και τεχνικής πληροφόρησης και βρίσκει λύσεις σε συγκεκριμένα προβλήματα σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής»				
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 και τη μηχανική • Ψηφιακή ικανότητα • Ικανότητα του επιχειρείν		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4: «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 την ποσότητα της εργασίας άλλων ατόμων με υπευθυνότητα και αυτονομία. Επιδεικνύει αυξημένο επίπεδο βασικών ικανοτήτων που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για σπουδή ανώτατης εκπαίδευσης».				

ΕΕΛ 1.2	ΕΞΑΣΦΑΛΙΖΕΙ ΤΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΑΠΟΘΕΜΑΤΑ	
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	
	1.2.1. Παρακολουθεί το ύψος και τη ροή των αποθεμάτων	
	1.2.2. Διαπιστώνει ελλείψεις στα ράφια του καταστήματος	
	1.2.3. Απομακρύνει από τα ράφια προϊόντα ακατάλληλα προς πώληση	

1.2.4. Αναζητά δυνητικούς προμηθευτές

1.2.5. Επιλέγει προμηθευτές

1.2.6. Διαπραγματεύεται με τους προμηθευτές για τους όρους αγοράς και μεταφοράς εμπορευμάτων.

1.2.7. Ελέγχει για την εξασφάλιση της ορθής και έγκαιρης παραλαβής προϊόντων

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ:

- Παρακολουθεί το ύψος και τη ροή των αποθεμάτων ακολουθώντας τα επιστημονικά πρότυπα, στα οριζόμενα χρονικά όρια, ανάλογα με το είδος των εμπορευμάτων.
- Διαπιστώνει τις ελλείψεις στα ράφια του καταστήματος, ακολουθώντας τυπικές διαδικασίες και φωτογραφίζοντας την κατάσταση του ραφίου πριν και μετά την τακτοποίηση.
- Απομακρύνει από τα ράφια προϊόντα, που σύμφωνα με τα πρότυπα, κρίνονται ακατάλληλα προς πώληση, ακολουθώντας τις διαδικασίες απομάκρυνσης και τους περιβαλλοντικούς κανόνες.
- Αναζητά δυνητικούς προμηθευτές, πραγματοποιώντας έρευνα σύμφωνα με τις τυπικές διαδικασίες και ακολουθώντας τα πρότυπα επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς και τους κανόνες εχεμύθειας.
- Επιλέγει προσεκτικά προμηθευτές, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα της επιχείρησης.
- Διαπραγματεύεται, ακολουθώντας τον κώδικα επαγγελματικής συμπεριφοράς και δεοντολογίας, με τους προμηθευτές για τους όρους αγοράς και μεταφοράς εμπορευμάτων, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα.
- Ελέγχει για την ορθή και έγκαιρη παραλαβή των προϊόντων, ακολουθώντας τις τυπικές διαδικασίες.

ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:

Έδρα επιχείρησης, εμπορικά καταστήματα εξειδικευμένα ή γενικού εμπορίου, πολυκαταστήματα, χώροι σεμιναρίων, χώροι εκθέσεων, έδρα προμηθευτών

Μέσα/εργαλεία/υλικά:

Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές και συνδεδεμένες συσκευές, λογισμικό, οπτικοακουστικός εξοπλισμός, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας διαφημιστικά φυλλάδια, Δελτία Τύπου, ανακοινώσεις

Παραγόμενη υπηρεσία:

Εξασφάλιση απαραίτητων αποθεμάτων

Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:

Πρότυπα απογραφής και παρακολούθησης της ροής αποθεμάτων, τυπικές διαδικασίες διαπίστωσης ελλείψεων στα ράφια, πρότυπα απομάκρυνσης από τα ράφια προϊόντων ακατάλληλων προς πώληση, αξιοποίηση διαθέσιμων πηγών πληροφόρησης, κανόνες συμπεριφοράς και επαγγελματικής δεοντολογίας, τυπικές διαδικασίες παραλαβής προϊόντων, κανόνες εχεμύθειας και εμπιστευτικότητας, περιβαλλοντικά πρότυπα

ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν στο επίπεδο 2 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (ΕΠΠ). «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 Logistic
- Βασικές Αρχές Merchandising
- Βασικές Αρχές Επικοινωνίας
- Βασικές Αρχές διαπραγμάτευσης
- Τυπικές διαδικασίες παρακολούθησης/καταγραφής/ ελέγχου αποθεμάτων
- Θεσμικό πλαίσιο υγιεινής και ασφάλειας χώρων εργασίας

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4:

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

Γνώση προγραμμάτων υπολογιστικών φύλλων και διαχείρισης βάσης δεδομένων						
ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις.		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «Μπορεί να χρησιμοποιήσει με ευχέρεια τις γνώσεις και την ικανότητα να εφαρμόσει ένα φάσμα τεχνικών και εξειδικευμένων δεξιοτήτων σε πεδίο εργασίας ή σπουδής. Διαθέτει επικοινωνιακές δεξιότητες σε επίπεδο θεωρητικής και τεχνικής πληροφόρησης και βρίσκει λύσεις σε συγκεκριμένα προβλήματα σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής».				
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 και τη μηχανική - Ψηφιακή ικανότητα - Ικανότητα του πολίτη - Ικανότητα του επιχειρείν		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «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 την ποσότητα της εργασίας άλλων ατόμων με υπευθυνότητα και αυτονομία. Επιδεικνύει αυξημένο επίπεδο βασικών ικανοτήτων που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για σπουδή ανώτατης εκπαίδευσης».				

ΚΕΛ 2 ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΕΙ ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΠΩΛΗΣΗΣ	
ΕΕΛ 2.1	ΕΠΙΜΕΛΕΙΤΑΙ ΤΗΝ ΤΟΠΟΘΕΤΗΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΑ ΡΑΦΙΑ
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ
	2.1.1. Σχεδιάζει τον τρόπο τοποθέτησης προϊόντων στα ράφια
	2.1.2. Τοποθετεί προϊόντα στα ράφια.
	2.1.3. Βάζει τιμές στα προϊόντα
	2.1.4. Προγραμματίζει τις προσφορές
	2.1.5. Δημιουργεί προωθητικό υλικό για τα ράφια

2.1.6. Τοποθετεί προωθητικό υλικό στα ράφια

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ:

- Σχεδιάζει τον τρόπο τοποθέτησης προϊόντων στα ράφια, αξιοποιώντας μεθόδους προβολής και merchandising και κανόνες εργονομίας
- Τοποθετεί τα προϊόντα στα ράφια, ακολουθώντας τις τυπικές διαδικασίες και τα πρότυπα, καθώς και οδηγίες που αφορούν στον τύπο του κάθε καταστήματος, στην τρέχουσα περίοδο, καθώς και στην περιοχή που αυτό βρίσκεται.
- Βάζει τιμές στα προϊόντα, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα
- Προγραμματίζει τις προσφορές, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα
- Δημιουργεί προωθητικό υλικό για τα ράφια, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα, αξιοποιώντας μεθόδους προβολής και προώθησης
- Τοποθετεί προωθητικό υλικό στα ράφια, ακολουθώντας τις τυπικές διαδικασίες και τα πρότυπα, καθώς και γενικούς κανόνες προβολής

ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:

Έδρα επιχείρησης, εμπορικά καταστήματα εξειδικευμένα ή γενικού εμπορίου, πολυκαταστήματα, χώροι αποθήκευσης

Μέσα/εργαλεία/υλικά:

Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές και συνδεδεμένες συσκευές, hardware–software, οπτικοακουστικός εξοπλισμός, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας διαφημιστικά φυλλάδια, Δελτία Τύπου, ανακοινώσεις, δείγματα, προϊόντα, προωθητικό υλικό

Παραγόμενη υπηρεσία:

Επιμέλεια της τοποθέτησης προϊόντων στα ράφια

Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:

Κώδικας επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς, αρχές εργονομίας, αρχές καινοτομίας και προβολής, κανόνες υγείας και ασφάλειας στον χώρο εργασίας, αρχές προστασίας του περιβάλλοντος, τυπικές διαδικασίες αντικατάστασης προϊόντων

ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν στο επίπεδο 2 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (ΕΠΠ). «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 εργονομίας
- Αρχές, κανόνες και μέθοδοι αρχειοθέτησης
- Βασικές αρχές και κανόνες ταξινόμησης προϊόντων
- Βασικές αρχές διακόσμησης
- Είδη εξοπλισμού εμπορικών καταστημάτων και τρόπος λειτουργίας τους
- Βασικές αρχές μάρκετινγκ
- Βασικές αρχές Merchandising
- Βασικές αρχές τιμολόγησης
- Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων
- Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών
- Κανόνες υγείας και ασφάλειας

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις

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».

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Στήσιμο υλικού προβολής προϊόντων
- Εφαρμογή μεθόδων προβολής και προώθησης προϊόντων
- Τοποθέτηση προϊόντων στα ράφια καταστήματος

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4

«Μπορεί να χρησιμοποιήσει με ευχέρεια τις γνώσεις και την ικανότητα να εφαρμόσει ένα φάσμα τεχνικών και εξειδικευμένων

ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	δεξιοτήτων σε πεδίο εργασίας ή σπουδής. Διαθέτει επικοινωνιακές δεξιότητες σε επίπεδο θεωρητικής και τεχνικής πληροφόρησης και βρίσκει λύσεις σε συγκεκριμένα προβλήματα σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής»					
	Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων					
	Επίπεδο χρήστη	Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια
	Βασικός	-	-	✓	✓	✓
	Ανεξάρτητος	✓	✓	-	-	-
	Έμπειρος	-	-	-	-	-
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ Βασικές Ικανότητες • Ικανότητα γραμματισμού • Μαθηματική ικανότητα και ικανότητα στις θετικές επιστήμες, την τεχνολογία και τη μηχανική • Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «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 την ποσότητα της εργασίας άλλων ατόμων με υπευθυνότητα και αυτονομία. Επιδεικνύει αυξημένο επίπεδο βασικών ικανοτήτων που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για σπουδές ανώτατης εκπαίδευσης»				

ΕΕΛ 2.2	ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΙ ΧΩΡΟΥΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΣΤΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ 2.2.1. Επιλέγει τα προϊόντα που θα εκτεθούν στη βιτρίνα του καταστήματος 2.2.2 Συμβάλλει στη διαμόρφωση της βιτρίνας του καταστήματος. 2.2.3. Διαμορφώνει τα σημεία δοκιμής και επίδειξης των προϊόντων. 2.2.4. Δημιουργεί σημεία προβολής (stand) 2.2.5. Διαμορφώνει την εικόνα του καταστήματος σύμφωνα με σημαντικές γιορτές, ξεχωριστές ημερομηνίες (Χριστούγεννα, Αγ. Βαλεντίνου, BlackFriday) 2.2.6. Επιβλέπει τη γενική εικόνα του καταστήματος
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ: • Επιλέγει τα προϊόντα που θα εκτεθούν στη βιτρίνα του καταστήματος, σύμφωνα με τις μεθόδους προβολής και merchandising και σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα. • Συμβάλλει στη διαμόρφωση της βιτρίνας του καταστήματος, ακολουθώντας αρχές εργονομίας, προβολής και merchandising. • Διαμορφώνει τα σημεία δοκιμής και επίδειξης των προϊόντων, ακολουθώντας αρχές εργονομίας και προβολής και merchandising. • Δημιουργεί σημεία προβολής (stand),ακολουθώντας αρχές εργονομίας και προβολής και merchandising. • Διαμορφώνει την εικόνα του καταστήματος, σύμφωνα με σημαντικές γιορτές, ξεχωριστές ημερομηνίες (Χριστούγεννα, Αγ. Βαλεντίνου, Black Friday), ακολουθώντας αρχές προβολής και παίρνοντας υπόψιν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε ημερομηνίας. • Επιβλέπει τη γενική εικόνα του καταστήματος, σύμφωνα με τις αρχές υγιεινής και ασφάλειας, εργονομίας, προβολής και merchandising.	
ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ	

Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας: Έδρα επιχείρησης, εμπορικά καταστήματα εξειδικευμένα ή γενικού εμπορίου, πολυκαταστήματα, χώροι αποθήκευσης Μέσα/εργαλεία/υλικά: Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές και συνδεδεμένες συσκευές, hardware–software, οπτικοακουστικός εξοπλισμός, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας, δείγματα, προϊόντα, προωθητικό υλικό, stand,βιτρίνες, υλικά διακόσμησης Παραγόμενη υπηρεσία: Διαμόρφωση χώρων προβολής στο κατάστημα Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες: Κώδικας επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς, αρχές εργονομίας, αρχές καινοτομίας και προβολής, κανόνες υγείας και ασφάλειας στον χώρο εργασίας, 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 στο επίπεδο 2 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (ΕΠΠ). «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 εργονομίας • Βασικές αρχές Merchandising • Αρχές, κανόνες και μέθοδοι αρχειοθέτησης • Βασικές αρχές και κανόνες ταξινόμησης προϊόντων • Βασικές αρχές διακόσμησης • Είδη εξοπλισμού εμπορικών καταστημάτων και τρόπος λειτουργίας τους • Βασικές αρχές μάρκετινγκ • Βασικές αρχές τιμολόγησης • Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων • Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών • Κανόνες υγείας και ασφάλειας	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».
---	--

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: • Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις	
---	--

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ • Τοποθέτηση διαφημιστικού υλικού • Δημιουργία διατάξεων οπτικής απεικόνισης και διακοσμήσεων • Χειρισμός υλικού προβολής • Εφαρμογή μεθόδων προβολής και προώθησης προϊόντων • Στήσιμο βιτρίνας του καταστήματος	Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «Μπορεί να χρησιμοποιήσει με ευχέρεια τις γνώσεις και την ικανότητα να εφαρμόσει ένα φάσμα τεχνικών και εξειδικευμένων δεξιοτήτων σε πεδίο εργασίας ή σπουδής. Διαθέτει επικοινωνιακές δεξιότητες σε επίπεδο θεωρητικής και τεχνικής πληροφόρησης και βρίσκει λύσεις σε συγκεκριμένα προβλήματα σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής»
--	--

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 4				
• Ικανότητα γραμματισμού • Μαθηματική ικανότητα και ικανότητα στις θετικές επιστήμες, την τεχνολογία και τη μηχανική • Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης		«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 την ποσότητα της εργασίας άλλων ατόμων με υπευθυνότητα και αυτονομία. Επιδεικνύει αυξημένο επίπεδο βασικών ικανοτήτων που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για σπουδές ανώτατης εκπαίδευσης»				

ΣΥΜΜΕΤΕΧΕΙ ΣΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ ΨΗΦΙΑΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	
ΕΕΛ 2.3	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ
	2.3.1. Συμβάλλει στη διαμόρφωση της αρχικής σελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος
	2.3.2. Προγραμματίζει τον τρόπο προβολής προϊόντων στο ηλεκτρονικό κατάστημα
	2.3.3. Επιλέγει τα προϊόντα που θα μπουν σε προσφορά
	2.3.4. Συμβάλλει στη διαμόρφωση του τρόπου προβολής των προσφορών
	2.3.5. Συμμετέχει στη διαμόρφωση των διαφημιστικών καμπανιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (socialmedia) για την ανάδειξη προσφορών και προϊόντων.
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ:	
• Συμβάλλει στη διαμόρφωση της αρχικής σελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος, προτείνοντας την τοποθέτηση των κατάλληλων προϊόντων προς προώθηση αξιοποιώντας τα διαθέσιμα πεδία. • Προγραμματίζει τον τρόπο προβολής προϊόντων στο ηλεκτρονικό κατάστημα, ακολουθώντας πρότυπα και οδηγίες. • Επιλέγει τα προϊόντα που θα μπουν σε προσφορά, αξιοποιώντας τις διαθέσιμες πληροφορίες και σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα. • Συμβάλλει στη διαμόρφωση του τρόπου προβολής των προσφορών, αξιοποιώντας τα διαθέσιμα ψηφιακά εργαλεία. • Συμμετέχει στη διαμόρφωση των διαφημιστικών καμπανιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) για την ανάδειξη προσφορών και προϊόντων, ακολουθώντας τον κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας.	
ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ	
<i>Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:</i>	
Έδρα επιχείρησης, εμπορικά καταστήματα εξειδικευμένου ή γενικού εμπορίου, πολυκαταστήματα, εξ αποστάσεως εργασία	
<i>Μέσα/εργαλεία/υλικά:</i>	
Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές και συνδεδεμένες συσκευές, hardware–software, οπτικοακουστικός εξοπλισμός, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας	
<i>Παραγόμενη υπηρεσία:</i>	
Συμμετοχή στον προγραμματισμό ψηφιακής προβολής των προϊόντων και της επιχείρησης	
<i>Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:</i>	
Τυπικές διαδικασίες ενημέρωσης της ηλεκτρονικής σελίδας, κανόνες ασφάλειας διαδικτύου, κώδικας επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς, λογιστικά πρότυπα διαμόρφωσης προσφοράς	
ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ	
Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν στο επίπεδο 2 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (ΕΠΠ).	

«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 ψηφιακού Μάρκετινγκ • Βασικές αρχές Merchandising • Βασικές Αρχές Τιμολόγησης • Βασικές αρχές και κανόνες ταξινόμησης προϊόντων • Γνώση προγραμμάτων επεξεργασίας κειμένων • Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών • Βασικές Αρχές ηλεκτρονικού εμπορίου (e-commerce) • Βασικές αρχές χρήσης προγραμμάτων διαχείρισης εικόνας • Αρχές Επικοινωνίας • Βασικές Αρχές δικαίου πώλησης • Στοιχειώδης γνώσεις δημοσίων σχέσεων • Ηθική στα μέσα επικοινωνίας • Αισθητική στα μέσα επικοινωνίας	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»
--	---

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: • Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις	
--	--

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ • Δημιουργία διατάξεων οπτικής απεικόνισης και διακοσμήσεων υλικού προβολής προϊόντων • Συλλογή και αξιολόγηση πρωτογενών στοιχείων και πληροφοριών • Χρήση ψηφιακών εργαλείων • Χρήση social media • Εφαρμογή μεθόδων προβολής και προώθησης προϊόντων	Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «Μπορεί να χρησιμοποιήσει με ευχέρεια τις γνώσεις και την ικανότητα να εφαρμόσει ένα φάσμα τεχνικών και εξειδικευμένων δεξιοτήτων σε πεδίο εργασίας ή σπουδής. Διαθέτει επικοινωνιακές δεξιότητες σε επίπεδο θεωρητικής και τεχνικής πληροφόρησης και βρίσκει λύσεις σε συγκεκριμένα προβλήματα σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής»
---	--

ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Επίπεδο χρήση	Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων				
		Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια
	Βασικός	-	-	-	-	-
	Ανεξάρτητος	✓	-	-	✓	✓
	Έμπειρος	-	✓	✓	-	-

ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ Βασικές Ικανότητες • Ικανότητα γραμματισμού • Μαθηματική ικανότητα και ικανότητα στις θετικές επιστήμες, την τεχνολογία και τη μηχανική • Ψηφιακή ικανότητα • Ικανότητα του επιχειρείν • Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης	Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «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 την ποσότητα της εργασίας άλλων ατόμων με υπευθυνότητα και αυτονομία. Επιδεικνύει αυξημένο επίπεδο βασικών ικανοτήτων που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για σπουδές ανώτατης εκπαίδευσης».
--	--

ΕΕΛ 2.4	ΣΥΜΒΑΛΛΕΙ ΣΤΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΕ ΕΚΘΕΣΕΙΣ	
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ	
	2.4.1.	Συμμετέχει σε συσκέψεις για παρουσία της επιχείρησης σε εκθέσεις
	2.4.2.	Συμβάλλει στη διαμόρφωση του περιπτέρου της επιχείρησης στην έκθεση
	2.4.3.	Επιλέγει τα προϊόντα που θα εκτεθούν και θα πουληθούν στην έκθεση
	2.4.4.	Δημιουργεί προωθητικό υλικό για την έκθεση
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ: • Συμμετέχει σε συσκέψεις για παρουσία της επιχείρησης σε εκθέσεις, σύμφωνα με τον κώδικα επαγγελματικής συμπεριφοράς και δεοντολογίας, έχοντας διαμορφώσει προτάσεις σύμφωνα με τις αρχές προβολής, • Συμβάλλει στη διαμόρφωση του περιπτέρου της επιχείρησης στην έκθεση, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα, ακολουθώντας το χρονοδιάγραμμα και τις τυπικές διαδικασίες • Επιλέγει τα προϊόντα που θα εκτεθούν και θα πουληθούν στην έκθεση, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα και αξιοποιώντας τις διαθέσιμες πληροφορίες για τις ανάγκες της αγοράς • Δημιουργεί προωθητικό υλικό για την έκθεση, σύμφωνα με τον κώδικα επαγγελματικής συμπεριφοράς και δεοντολογίας και τις αρχές μάρκετινγκ		
ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ <i>Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:</i> Έδρα επιχείρησης, εμπορικά καταστήματα εξειδικευμένα ή γενικού εμπορίου, πολυκαταστήματα χώροι αποθήκευσης, έδρα προμηθευτών, εκθεσιακοί χώροι <i>Μέσα/εργαλεία/υλικά:</i> Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές και συνδεδεμένες συσκευές, hardware–software, οπτικοακουστικός εξοπλισμός, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας, δείγματα, προϊόντα, προωθητικό υλικό, stand, βιτρίνες, υλικά διακόσμησης <i>Παραγόμενη υπηρεσία:</i> Συμβολή στη συμμετοχή της επιχείρησης σε εκθέσεις <i>Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες:</i> Κώδικας συμπεριφοράς και επαγγελματικής δεοντολογίας, πρότυπα και οδηγίες για συμμετοχή σε εκθέσεις, κανόνες υγιεινής και ασφάλειας για το στήσιμο εξοπλισμού προβολής (σταντ, βιτρίνες), αρχές προστασίας περιβάλλοντος		
ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν στο επίπεδο 2 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (ΕΠΠ). «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 εργονομίας • Βασικές αρχές Merchandising • Αρχές, κανόνες και μέθοδοι αρχειοθέτησης • Βασικές αρχές και κανόνες ταξινόμησης προϊόντων • Βασικές αρχές διακόσμησης		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».

- Είδη εξοπλισμού εμπορικών καταστημάτων και τρόπος λειτουργίας τους - Βασικές αρχές μάρκετινγκ - Βασικές αρχές τιμολόγησης - Βασικές γνώσεις χρήσης επεξεργασίας κειμένων - Τυπικές γνώσεις διάγνωσης αναγκών πελατών - Κανόνες υγείας και ασφάλειας						
ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ: Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις						
ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ - Δημιουργία διατάξεων οπτικής απεικόνισης και διακοσμήσεων - Χειρισμός υλικού προβολής - Ταξινόμηση προϊόντων - Στήσιμο εξοπλισμού προβολής (σταντ, βιτρίνες)		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «Μπορεί να χρησιμοποιήσει με ευχέρεια τις γνώσεις και την ικανότητα να εφαρμόσει ένα φάσμα τεχνικών και εξειδικευμένων δεξιοτήτων σε πεδίο εργασίας ή σπουδής. Διαθέτει επικοινωνιακές δεξιότητες σε επίπεδο θεωρητικής και τεχνικής πληροφόρησης και βρίσκει λύσεις σε συγκεκριμένα προβλήματα σε ένα πεδίο εργασίας ή σπουδής»				
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ	Επίπεδο χρήστη	Κατηγορίες Ψηφιακών Δεξιοτήτων				
		Επεξεργασία Δεδομένων	Δημιουργία Περιεχομένου	Επικοινωνία	Επίλυση Προβλημάτων	Ασφάλεια
	Βασικός	-	-	-	✓	✓
	Ανεξάρτητος	✓	✓	✓	-	-
	Έμπειρος	-	-	-	-	-
ΙΚΑΝΟΤΗΤΕΣ Βασικές Ικανότητες - Ικανότητα γραμματισμού - Μαθηματική ικανότητα και ικανότητα στις θετικές επιστήμες, την τεχνολογία και τη μηχανική - Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «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 την ποσότητα της εργασίας άλλων ατόμων με υπευθυνότητα και αυτονομία. Επιδεικνύει αυξημένο επίπεδο βασικών ικανοτήτων που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για σπουδές ανώτατης εκπαίδευσης.»				

ΕΕΛ 2.5	ΕΚΠΑΙΔΕΥΕΙ ΠΩΛΗΤΕΣ ΣΤΗΝ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΠΕΛΑΤΩΝ					
	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ					
	2.5.1. Εκπαιδεύει πωλητές στην προσέγγιση πελατών και στην αναπλήρωση προϊόντων					
	2.5.2. Συμμετέχει στη διαμόρφωση προτάσεων για την καλύτερη προσέγγιση πελατών στο κατάστημα					
	2.5.4. Διαμορφώνει τις προτάσεις για την επαγγελματική εμφάνιση των πωλητών					

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΤΑΠΟΚΡΙΣΗΣ:

- Εκπαιδεύει πωλητές σύμφωνα με τον κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς στην τυπική και καινοτόμα προσέγγιση πελατών και στη χρήση υλικών προβολής (κατάλογοι έντυποι και ψηφιακοί, επαφή μετά την πώληση μέσω ψηφιακών καναλιών, δοκιμές προϊόντων), καθώς επίσης και στη διαμόρφωση προτύπων και διαδικασιών που πρέπει να ακολουθούνται στην αναπλήρωση προϊόντων.
- Συμμετέχει στη διαμόρφωση καινοτόμων προτάσεων για την αποτελεσματικότερη προσέγγιση πελατών στο κατάστημα.
- Διαμορφώνει προτάσεις για την επαγγελματική εμφάνιση των πωλητών, ακολουθώντας τις συνθήκες της μόδας, τα υγειονομικά πρωτόκολλα και τον κώδικα συμπεριφοράς και δεοντολογίας

ΕΥΡΟΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

Περιβάλλον και συνθήκες εργασίας:

Έδρα της επιχείρησης, εμπορικά καταστήματα εξειδικευμένα ή γενικού εμπορίου, πολυκαταστήματα, έδρα προμηθευτών, χώρος σεμιναρίων

Μέσα/εργαλεία/υλικά:

Ηλεκτρονικοί Υπολογιστές και συνδεδεμένες συσκευές, hardware–software, οπτικοακουστικός εξοπλισμός, γραφική ύλη, συσκευές επικοινωνίας, δείγματα, προϊόντα, προωθητικό υλικό, εξοπλισμός προβολής, δείγματα ρουχισμού, κατάλογοι μόδας, κατάλογοι επαγγελματικού ρουχισμού

Παραγόμενη υπηρεσία:

Εκπαίδευση πωλητών στην εξυπηρέτηση πελατών

Μέθοδοι εφαρμογής και διαδικασίες

Τυπικές διαδικασίες, οδηγίες για τον τρόπο εξυπηρέτησης πελατών, υγειονομικά πρωτόκολλα, κώδικας επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς, εγχειρίδια μόδας

ΓΕΝΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ

Ως ελάχιστες προαπαιτούμενες Γνώσεις, Δεξιότητες και Ικανότητες για την περαιτέρω επαγγελματική εκπαίδευση, κατάρτιση ή επαγγελματική δραστηριότητα είναι αυτές που αντιστοιχούν στο επίπεδο 2 του Εθνικού και Ευρωπαϊκού Πλαισίου Προσόντων (ΕΠΠ). «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 εκπαίδευσης ενηλίκων
- Βασικές αρχές Μάρκετινγκ
- Βασικές αρχές Merchandising
- Βασικές αρχές επικοινωνίας
- Βασικές αρχές εξυπηρέτησης και πληροφόρησης πελατών
- Συμπεριφορά Καταναλωτή
- Τεχνικές Πωλήσεων
- Στοιχειώδεις γνώσεις δημοσίων σχέσεων
- Βασικές αρχές νομοθεσίας προστασίας του καταναλωτή
- Αρχές διαπροσωπικής επικοινωνίας
- Τεχνικές διαπραγματεύσεων
- Κανόνες επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς
- Αρχές ομαδικής εργασίας
- Κανόνες υγείας και ασφάλειας στους εργασιακούς χώρους

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»

ΕΙΔΙΚΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΓΝΩΣΕΙΣ:

- Δεν υπάρχουν ειδικές επαγγελματικές γνώσεις

ΔΕΞΙΟΤΗΤΕΣ

- Εφαρμογή εκπαιδευτικών τεχνικών
- Χειρισμός αντιρρήσεων και παραπόνων πελατών

Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4
«Μπορεί να επιτελέσει αυτόνομα, ποιοτικά και ποσοτικά εργασίες σε ένα συγκεκριμένο πεδίο εργασίας ή σπουδής που απαιτεί

- Επίδειξη και παρουσίαση προϊόντων - Παροχή συμβουλών σε πελάτες σχετικά με την επιλογή προϊόντων		επαγγελματική επάρκεια. Έχει τη δυνατότητα να επιβλέπει την ποιότητα και την ποσότητα της εργασίας άλλων ατόμων με υπευθυνότητα και αυτονομία. Επιδεικνύει αυξημένο επίπεδο βασικών ικανοτήτων που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για σπουδές ανώτατης»				
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 και τη μηχανική - Ψηφιακή ικανότητα - Προσωπική, κοινωνική και μεταγνωστική ικανότητα - Ικανότητα πολιτιστικής επίγνωσης και έκφρασης		Αντιστοίχιση με το Εθνικό Πλαίσιο Προσόντων – Επίπεδο 4 «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 την ποσότητα της εργασίας άλλων ατόμων με υπευθυνότητα και αυτονομία. Επιδεικνύει αυξημένο επίπεδο βασικών ικανοτήτων που μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για σπουδές ανώτατης εκπαίδευσης»				

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΓΝΩΣΕΩΝ ΔΕΞΙΟΤΗΤΩΝ & ΙΚΑΝΟΤΗΤΩΝ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ISCED ⁴	
ISCED	ΕΠΙΠΕΔΟ 3
ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ	Για το επάγγελμα του Προωθητή Πωλήσεων Λιανικού Πωλητή – Merchandiser, δεν απαιτούνται τυπικά προσόντα, απαιτείται όμως να έχουν γνώσεις Merchandising και Μάρκετινγκ, που μπορεί να έχουν αποκτηθεί είτε από την τυπική εκπαίδευση είτε από σεμινάρια, καθώς και αυξημένες ικανότητες, δεξιότητες. Για εξειδικευμένα προϊόντα είναι σημαντική η γνώση των χαρακτηριστικών του συγκεκριμένου προϊόντος και της καταναλωτικής συμπεριφοράς του αγοραστικού κοινού που σχετίζονται με το προϊόν.

⁴International 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»

ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ

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

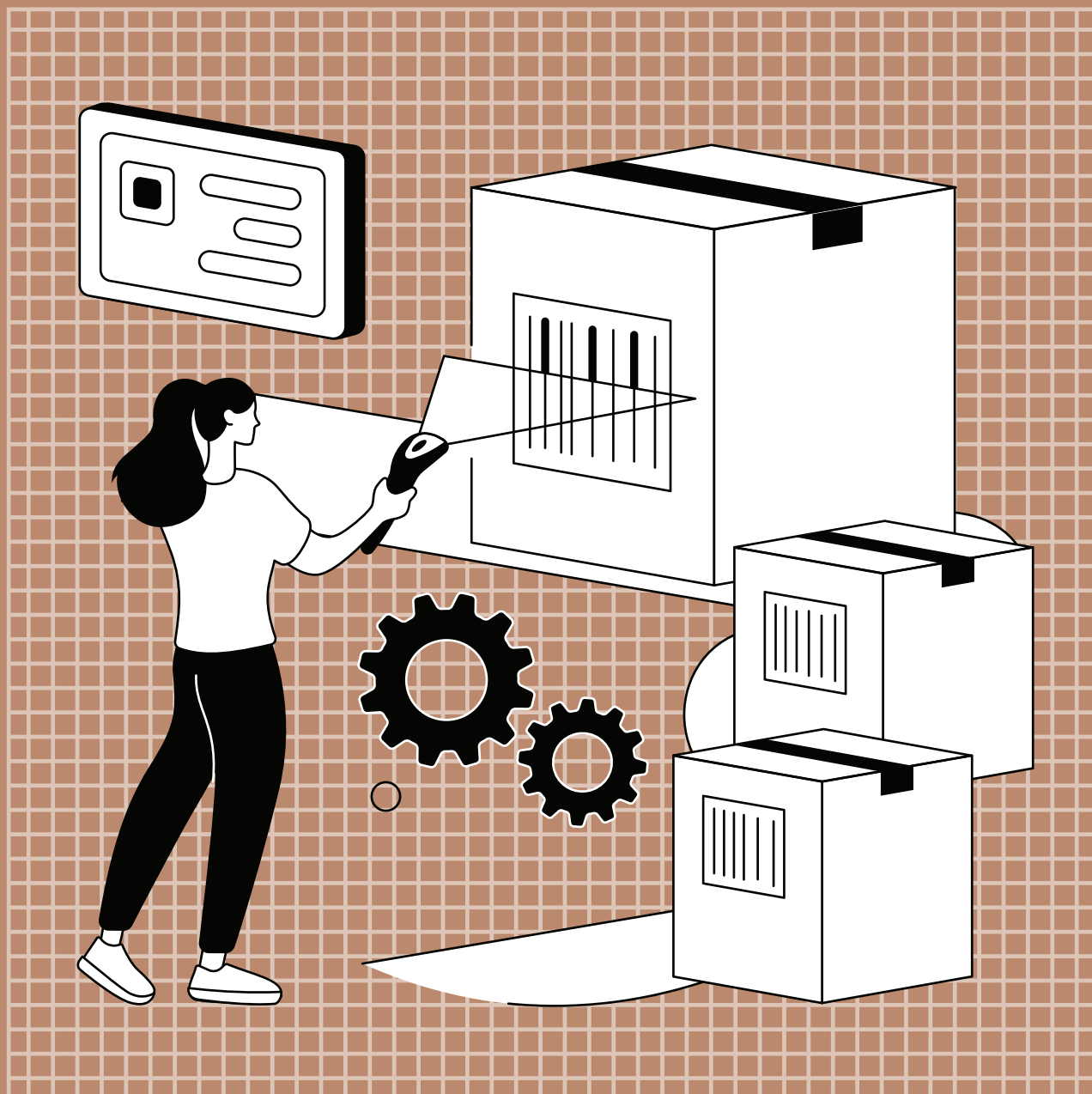
Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι διαδρομές μάθησης για το επάγγελμα του Πρωθητή Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου – (Merchandise).

Οι παρακάτω διαδρομές δείχνουν (με βάση τη σειρά που αναφέρονται) τις εναλλακτικές επιλογές ως προς τα βήματα που μπορεί να ακολουθήσει κάποιος για να αποκτήσει τα απαιτούμενα προσόντα άσκησης της επαγγέλματος.

Πρωθητής Πωλήσεων Λιανικού Εμπορίου – (Merchandise)	
1 ^η Διαδρομή	Δίπλωμα Ινστιτούτου Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ), επιπέδου 5 του Ε.Π.Π. στην ειδικότητα «Στέλεχος Εμπορίας και Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing) του Ν.4186/2013 ή Πτυχίο Τάξης Μαθητείας ΕΠΑΛ επιπέδου 5 του Ε.Π.Π της ειδικότητας «Υπάλληλος Εμπορίας και Διαφήμισης», 6 μήνες συναφής επαγγελματική εμπειρία
2 ^η Διαδρομή	Απολυτήριο ΕΠΑΛ, επιπέδου 4 του Ε.Π.Π 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.
3 ^η Διαδρομή	Δίπλωμα 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», ή Πτυχίο Μεταλυκειακού Έτους – Τάξη Μαθητείας ΕΠΑΛ, επιπέδου 5 του Ε.Π.Π των ειδικοτήτων «Υπάλληλος Διοίκησης και Οικονομικών Υπηρεσιών» και «Υπάλληλος Τουριστικών Επιχειρήσεων», συναφής επαγγελματική εμπειρία έξι (6) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος
4 ^η Διαδρομή	Απολυτήριο ΕΠΑΛ, επιπέδου 4 του Ε.Π.Π ειδικότητας «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	Απόφοιτοι Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης (Γενικού Λυκείου), επιπέδου 4 του Ε.Π.Π, ένα (1) έτος συναφής επαγγελματική εμπειρία, Συνεχιζόμενη Επαγγελματική Κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος
6 ^η Διαδρομή	Πτυχίο ΕΠΑΣ επιπέδου 3 του Ε.Π.Π της ειδικότητας «Υπαλλήλων Οικονομικών Καθηκόντων» (μετονομασία ειδικότητας σε «Υπάλληλος Διοικητικών & Οικονομικών Υπηρεσιών») ή ισότιμοι τίτλοι, συναφής επαγγελματική εμπειρία δεκαοκτώ (18) μήνες, συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση για το σύνολο των γνώσεων (θεωρία) που αντιστοιχούν στις ΚΕΛ του επαγγέλματος

7 ^η Διαδρομή	Απόφοιτοι Υποχρεωτικής Εκπαίδευσης, επιπέδου 2 του Ε.Π.Π δύο (2) έτη συναφής επαγγελματική εμπειρία, 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	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών	Γραπτή εξέταση, υπολογισμός
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με αρκετά διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Στη συγκεκριμένη εργασία απαιτείται η δυνατότητα υπολογισμών, η οποία μπορεί να πιστοποιηθούν οι γνώσεις με γραπτή εξέταση ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής. Όσον αφορά στις δεξιότητες ενδείκνυται η γραπτή εξέταση, όπου ο εξεταζόμενος θα πρέπει να προβεί σε υπολογισμούς προκειμένου να πιστοποιηθεί η δυνατότητά του να υπολογίζει.	
ΕΕΛ 1.2	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών/ Χρήση πολυμέσων
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με αρκετά 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 ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής. Επίσης θα μπορούσε να αναπτυχθεί ψηφιακό τεστ, με προσομοίωση ράφια καταστήματος, όπου ο εξεταζόμενος θα καλείται να επιλέξει μεταξύ συγκεκριμένων ενεργειών, προκειμένου να πιστοποιηθούν οι δεξιότητές του.	
ΕΕΛ 2.1	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών/ Χρήση πολυμέσων
Παρατηρήσεις:	Στο επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με αρκετά 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 ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής. Στη γραπτή εξέταση θα μπορούσε να υπάρχει και ελεύθερη ερώτηση προκειμένου	

	να διαπιστωθεί η φαντασία και δημιουργικότητα του εξεταζόμενου, καθώς και η ικανότητά του στη χρήση της γλώσσας. Επίσης θα μπορούσε να αναπτυχθεί ψηφιακό τεστ, με προσομοίωση καταστήματος, όπου ο εξεταζόμενος θα καλείται να επιλέξει μεταξύ συγκεκριμένων ενεργειών, προκειμένου να πιστοποιηθούν οι δεξιότητές του.	
ΕΕΛ 2.2	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών/ Χρήση πολυμέσων
	Στο επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με αρκετά 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 ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής. Στη γραπτή εξέταση θα μπορούσε να υπάρχει και ελεύθερη ερώτηση προκειμένου να διαπιστωθεί η φαντασία και δημιουργικότητα του εξεταζόμενου, καθώς και η ικανότητά του στη χρήση της γλώσσας. Επίσης θα μπορούσε να αναπτυχθεί ψηφιακό τεστ, με προσομοίωση καταστήματος, όπου ο εξεταζόμενος θα καλείται να επιλέξει μεταξύ συγκεκριμένων ενεργειών, προκειμένου να πιστοποιηθούν οι δεξιότητές του.	
ΕΕΛ 2.3	Επίδειξη χρήσης Ψηφιακών Εργαλείων Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών	Επίδειξη χρήσης Ψηφιακών Εργαλείων
	Στο επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με αρκετά 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 ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής. Γνώσεις και δεξιότητες, μπορούν να πιστοποιηθούν με την επίδειξη χρήσης ψηφιακών εργαλείων.	
ΕΕΛ 2.4	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών/ Χρήση πολυμέσων
	Στο επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με αρκετά 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 ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής. Στη γραπτή εξέταση θα μπορούσε να υπάρχει και ελεύθερη ερώτηση προκειμένου να διαπιστωθεί η φαντασία και δημιουργικότητα του εξεταζόμενου.	

	Επίσης θα μπορούσε να αναπτυχθεί ψηφιακό τεστ, με προσομοίωση καταστήματος, όπου ο εξεταζόμενος θα καλείται να επιλέξει μεταξύ συγκεκριμένων ενεργειών, προκειμένου να πιστοποιηθούν οι δεξιότητές του.	
ΕΕΛ 2.5	Γραπτή εξέταση, Τεστ πολλαπλών επιλογών	Προφορική Εξέταση
	Στο επάγγελμα του προωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου - merchandiser είναι δυνατόν να απασχολούνται άτομα με αρκετά διαφορετικό επίπεδο γνώσεων. Οι θεωρητικές γνώσεις μπορούν να πιστοποιηθούν με γραπτή εξέταση ερωτήσεων πολλαπλής επιλογής. Στη γραπτή εξέταση θα μπορούσε να υπάρχει και ελεύθερη ερώτηση προκειμένου να διαπιστωθεί η φαντασία και δημιουργικότητα του εξεταζόμενου, καθώς και η ικανότητά του στη 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.	

Κατάλογος συντομογραφιών

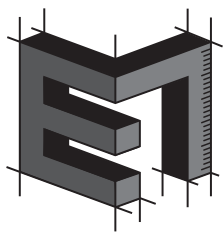
ΚΕΛ:	Κύρια Επαγγελματική Λειτουργία
ΕΕΛ:	Επιμέρους Επαγγελματική Λειτουργία
ΕΕ:	Επαγγελματική Εργασία
ΚΕΑ:	Κριτήρια Επαγγελματικής Ανταπόκρισης
ΕυΕ:	Εύρος Εφαρμογής
Ε.Π.	Επαγγελματικό Περίγραμμα
ISCED:	International Standard Classification of Education
NQF-ΕΠΠ:	National Qualifications Framework - Εθνικό 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

- Mosse, C., Schnapp – GonzbeillonA. (1999), *Επιτομή ιστορίας της αρχαίας Ελλάδος* Παπαδήμας Αθήνα.
- Aldcroft, D.&Ville, S. (1995), *Η Ευρωπαϊκή Οικονομική Ιστορία 1750-1914*, Αλεξάνδρεια, Αθήνα.
- Hopkins, T. (2003), *Πώς θα κατακτήσετε την τέχνη των πωλήσεων*, Κλειδάριθμος, Αθήνα.
- Αρανίτου, Β. (2006), *Το μικρό εμπόριο στην μεταπολεμική Ελλάδα. Η πολιτική μιας αμφίβολης επιβίωσης*, Παπαζήσης, Αθήνα.
- Εξαδάκτυλλος, Ν. (1996), *Ανάπτυξη Λιανικών Πωλήσεων*, Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα.
- Εξαδάκτυλλος, Ν. (1996), *Μάρκετινγκ Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου*, Ελληνικά Γράμματα, 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.
- Κατσανέβας, Θ., (2004), *Οι Προβλέψεις των Προοπτικών της Αγοράς Εργασίας και το Ισοζύγιο Ζήτησης και Προσφοράς Επαγγελμάτων*, Αθήνα.
- 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
- GooglePlay, Εφαρμογή <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.underlama.muapp&hl=el&gl=US&pli=1>. ανακτήθηκε 4/2023
- Ανοίγει δίκτυο καταστημάτων στην Ελλάδα πολωνική αλυσίδα, 10/1/2023 https://www.businessdaily.gr/epiheiriseis/77862_anoigei-diktyo-katastimaton-kai-stin-ellada-i-poloniki-alsida-sinsay, ανακτήθηκε 4/2023
- Βρετανία Ιρλανδία μετατρέπουν καταστήματα. 1/4/2021 <https://www.aftodioikisi.gr/diethni/gnosti-alsida-roychon-kleinei-81-katastimata-logo-pandimias/> 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
- Τα 6 πιο ηχηρά «λουκέτα» για μεγάλες ξένες αλυσίδες καταστημάτων στην Ελλάδα, 31/1/2023 https://www.typosthes.gr/oikonomia/305616_ta-6-pio-ihira-loyketa-gia-megales-xenes-alsides-katastimaton-stin-ellada, 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 αντικείμενου 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 Εκαυγχορυνισμένης Μεθοδολογίας, Προτύπων και Εργαλείων Εκπόνησης Επαγγελματικών Περιγραμμάτων και Πλαισίων Προδιαγραφών Προγραμμάτων⁵ παρουσιάζεται το Πλαίσιο Εκπαιδευτικών Προδιαγραφών Προγραμμάτων για τον/την «Πρωθητή πωλήσεων λιανικού εμπορίου (Merchandiser)», βάσει των παρακάτω θεμελιωδών ενοτήτων:

- 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.

⁵Καραλής, Θ., Μαρκίδης, Κ., Βαρβιτσιώτη, Ρ., Νάτσας, Π., Καρατράσoglou, 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 «ΠΡΩΘΗΤΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ MERCHANDISER»

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

A.	B.	Γ.	Δ.	Ε.	Στ.
«Καταγραφή και διαχείριση αποθεμάτων»	Τοποθέτηση προϊόντων στα ράφια	Διαμόρφωση χώρων προβολής στο κατάστημα	«Ψηφιακή προβολή των προϊόντων στο κατάστημα	«Συμμετοχή της επιχείρησης σε εκθέσεις	Εκπαίδευση πωλητών στην εξυπηρέτηση πελατών
A. «Καταγραφή και διαχείριση αποθεμάτων»	Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Α Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.				
	- Παρέχει στοιχεία πωλήσεων, συγκεντρώνοντας τις απαραίτητες πληροφορίες από τα αρμόδια τμήματα, ακολουθώντας τις αρχές της έρευνας και της στατιστικής. - Παρακολουθεί τις τάσεις της αγοράς, αξιοποιώντας τις διαθέσιμες πηγές πληροφόρησης. - Ενημερώνεται διαρκώς για νέα προϊόντα, πραγματοποιώντας επαφές με προμηθευτές ακολουθώντας τον κώδικα συμπεριφοράς και επαγγελματικής δεοντολογίας, συμμετέχοντας σε κλαδικές εκθέσεις και σεμινάρια και πραγματοποιώντας έρευνας στο διαδίκτυο. - Πραγματοποιεί πρόβλεψη πωλήσεων/ κερδών, ακολουθώντας μοντέλα χρηματοοικονομικής ανάλυσης. - Συμβάλλει στον σχεδιασμό του προϋπολογισμού κόστους εμπορευμάτων/προωθητικού υλικού, ακολουθώντας μεθόδους χρηματοοικονομικής ανάλυσης και σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα. - Παρακολουθεί το ύψος και τη ροή των αποθεμάτων ακολουθώντας τα επιστημονικά πρότυπα, στα οριζόμενα χρονικά όρια, ανάλογα με το είδος των εμπορευμάτων. - Διαπιστώνει τις ελλείψεις στα ράφια του καταστήματος, ακολουθώντας τυπικές διαδικασίες. - Απομακρύνει από τα ράφια προϊόντα, που σύμφωνα με τα πρότυπα, κρίνονται ακατάλληλα προς πώληση, ακολουθώντας τις διαδικασίες απομάκρυνσης και τους περιβαλλοντικούς κανόνες. - Αναζητά δυνητικούς προμηθευτές, πραγματοποιώντας έρευνα σύμφωνα με τις τυπικές διαδικασίες και ακολουθώντας τα πρότυπα επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς και τους κανόνες εχεμύθειας. - Επιλέγει προσεκτικά προμηθευτές, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα της επιχείρησης. - Διαπραγματεύεται, ακολουθώντας τον κώδικα επαγγελματικής συμπεριφοράς και δεοντολογίας, με τους προμηθευτές για τους όρους αγοράς και μεταφοράς εμπορευμάτων, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα. - Ελέγχει για την ορθή και έγκαιρη παραλαβή των προϊόντων, ακολουθώντας τις τυπικές διαδικασίες.				
B. «Τοποθέτηση προϊόντων στα ράφια»	Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Β Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.				
	Σχεδιάζει τον τρόπο τοποθέτησης προϊόντων στα ράφια, αξιοποιώντας μεθόδους προβολής και merchandising και κανόνες εργονομίας				

	• Τοποθετεί τα προϊόντα στα ράφια, ακολουθώντας τις τυπικές διαδικασίες και τα πρότυπα • Βάζει τιμές στα προϊόντα, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα • Προγραμματίζει τις προσφορές, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα • Δημιουργεί προωθητικό υλικό για τα ράφια, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα, αξιοποιώντας μεθόδους προβολής και προώθησης • Τοποθετεί προωθητικό υλικό στα ράφια, ακολουθώντας τις τυπικές διαδικασίες και τα πρότυπα, καθώς και γενικούς κανόνες
Γ. «Διαμόρφωση χώρων προβολής στο κατάστημα»	<i>Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Γ Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.</i> • Επιλέγει τα προϊόντα που θα εκτεθούν στη βιτρίνα του καταστήματος, σύμφωνα με τις μεθόδους προβολής και merchandising και σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα. • Συμβάλλει στη διαμόρφωση της βιτρίνας του καταστήματος, ακολουθώντας αρχές εργονομίας, προβολής και merchandising. • Διαμορφώνει τα σημεία δοκιμής και επίδειξης των προϊόντων, ακολουθώντας αρχές εργονομίας και προβολής και merchandising. • Δημιουργεί σημεία προβολής (stand), ακολουθώντας αρχές εργονομίας και προβολής και merchandising. • Διαμορφώνει την εικόνα του καταστήματος, σύμφωνα με σημαντικές γιορτές, ξεχωριστές ημερομηνίες (Χριστούγεννα, Αγ. Βαλεντίνου, Black Friday), ακολουθώντας αρχές προβολής και παίρνοντας υπόψιν τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε ημερομηνίας. • Επιβλέπει τη γενική εικόνα του καταστήματος, σύμφωνα με τις αρχές υγιεινής και ασφάλειας, εργονομίας, προβολής και merchandising
Δ. «Ψηφιακή προβολή των προϊόντων και της επιχείρησης»	<i>Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Δ Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.</i> • Συμβάλλει στη διαμόρφωση της αρχικής σελίδας του ηλεκτρονικού καταστήματος, προτείνοντας την τοποθέτηση των κατάλληλων προϊόντων προς προώθηση αξιοποιώντας τα διαθέσιμα πεδία. • Προγραμματίζει τον τρόπο προβολής προϊόντων στο ηλεκτρονικό κατάστημα, ακολουθώντας πρότυπα και οδηγίες. • Επιλέγει τα προϊόντα που θα μπουν σε προσφορά, αξιοποιώντας τις διαθέσιμες πληροφορίες και σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα. • Συμβάλλει στη διαμόρφωση του τρόπου προβολής των προσφορών, αξιοποιώντας τα διαθέσιμα ψηφιακά εργαλεία. • Συμμετέχει στη διαμόρφωση των διαφημιστικών καμπανιών στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) για την ανάδειξη προσφορών και προϊόντων, ακολουθώντας τον κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας
Ε. «Συμμετοχής της επιχείρησης σε εκθέσεις»	<i>Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Ε Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων.</i> • Συμμετέχει σε συσκέψεις για παρουσία της επιχείρησης σε εκθέσεις, σύμφωνα με τον κώδικα επαγγελματικής συμπεριφοράς και δεοντολογίας, έχοντας διαμορφώσει προτάσεις σύμφωνα με τις αρχές προβολής, • Συμβάλλει στη διαμόρφωση του περιπτέρου της επιχείρησης στην έκθεση, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα, ακολουθώντας το χρονοδιάγραμμα και τις τυπικές διαδικασίες • Επιλέγει τα προϊόντα που θα εκτεθούν και θα πουληθούν στην έκθεση, σε συνεργασία με τα αρμόδια τμήματα και αξιοποιώντας τις διαθέσιμες πληροφορίες για τις ανάγκες της αγοράς

	Δημιουργεί προωθητικό υλικό για την έκθεση, σύμφωνα με τον κώδικα επαγγελματικής συμπεριφοράς και δεοντολογίας και τις αρχές μάρκετινγκ
Στ. «Εκπαίδευση πωλητών στην εξυπηρέτηση πελατών»	Τι αναμένεται να κάνει ένας/μία επαγγελματίας, προκειμένου να ανταποκρίνεται με επάρκεια στην Ενότητα Στ Προσδοκώμενων Αποτελεσμάτων
	- Εκπαιδεύει πωλητές σύμφωνα με τον κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας και συμπεριφοράς στην τυπική και καινοτόμα προσέγγιση πελατών και στη χρήση υλικών προβολής (κατάλογοι έντυποι και ψηφιακοί, επαφή μετά την πώληση μέσω ψηφιακών καναλιών, δοκιμές προϊόντων) - Συμμετέχει στη διαμόρφωση καινοτόμων προτάσεων για την αποτελεσματικότερη προσέγγιση πελατών στο κατάστημα. - Εκπαιδεύει πωλητές, διαμορφώνοντας πρότυπα και διαδικασίες που πρέπει να ακολουθούνται στην αναπλήρωση προϊόντων. - Διαμορφώνει προτάσεις για την επαγγελματική εμφάνιση των πωλητών, ακολουθώντας τις συνθήκες της μόδας, τα υγειονομικά πρωτόκολλα και τον κώδικα συμπεριφοράς και δεοντολογίας.
ΓΕΝΙΚΗ ΘΕΣΜΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΩΝ ΔΙΑΘΕΣΙΜΩΝ ΔΟΜΩΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ	
Δομές επαγγελματικής εκπαίδευσης:	
Δομές αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης:	
Δομές Συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης:	
ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ ΚΑΤΑΡΤΙΖΟΜΕΝΩΝ /ΕΚΠΑΙΔΕΥΟΜΕΝΩΝ ΑΝΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΗ ΔΟΜΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ	
Δομές επαγγελματικής εκπαίδευσης:	
Δομές αρχικής επαγγελματικής κατάρτισης:	
Δομές Συνεχιζόμενης επαγγελματικής κατάρτισης:	

ΠΡΟΦΙΛ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ ΑΝΑ ΕΝΟΤΗΤΑ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ

ΕΝΟΤΗΤΕΣ ΠΡΟΣΔΟΚΩΜΕΝΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ	ΚΩΔΙΚΟΙ ΣΤΕΠ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΩΝ & ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ	ΚΩΔΙΚΟΙ ΠΕ/ΤΕ/ΔΕ & ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΟΝΟΜΑΣΙΑ (Αν υπάρχει εφαρμογή)	ΠΑΡΑΤΗΡΗΣΕΙΣ
Α. Καταγραφή και διαχείριση αποθεμάτων	2721: Οικονομολόγοι 1210: Γενικοί διευθυντές και ανώτερα διευθυντικά στελέχη μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών 1224: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1226: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων μεταφορών, αποθήκευσης και επικοινωνιών 1227: Διευθυντές παραγωγικών και λειτουργικών μονάδων μεγάλων επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών υποστήριξης σε επιχειρήσεις 1231: Διευθυντές οικονομικών υπηρεσιών 1235: Διευθυντές προμηθειών και διανομών 1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1360: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μεταφορών, αποθήκευσης και επικοινωνιών 1391: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων παροχής επιχειρησιακής υποστήριξης 1399: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μ.α.κ. 2410: Διδακτικό προσωπικό ανώτατων εκπαιδευτικών	ΠΕ 80: Οικονομίας	

	ιδρυμάτων (Α.Ε.Ι) (Οικονομίας – Διοίκησης) 2511: Λογιστές (Πτυχιούχοι ΑΕΙ) 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ.		
Β. Τοποθέτηση προϊόντων στα ράφια	2721: Οικονομολόγοι 1210: Γενικοί διευθυντές και ανώτερα διευθυντικά στελέχη μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών 1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1391: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων παροχής επιχειρησιακής υποστήριξης. 1399: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μ.α.κ. 2410: Διδακτικό προσωπικό ανώτατων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων (Α.Ε.Ι) (Οικονομίας – Διοίκησης) 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ. 3470: Διακοσμητές, εμπορικοί σχεδιαστές (μοντελίστες) κπαε	ΠΕ 80: Οικονομίας ΠΕ89.01: Καλλιτεχνικών Σπουδών (Πρώην ΠΕ18.27 Διακοσμητικής)	
Γ. Διαμόρφωση χώρων προβολής στο κατάστημα	2721: Οικονομολόγοι 1210: Γενικοί διευθυντές και ανώτερα διευθυντικά στελέχη μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών 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	ΠΕ 80: Οικονομίας ΠΕ89.01 Καλλιτεχνικών Σπουδών (Πρώην ΠΕ18.27 Διακοσμητικής)	

	1391: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων παροχής επιχειρησιακής υποστήριξης. 1399: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μ.α.κ. 2410: Διδακτικό προσωπικό ανώτατων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων (Α.Ε.Ι)(Οικονομίας – Διοίκησης) 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ. 3470: Διακοσμητές, εμπορικοί σχεδιαστές (μοντελίστες) κπαε		
Δ. Ψηφιακή προβολή των προϊόντων και της επιχείρησης	2721: Οικονομολόγοι 1210: Γενικοί διευθυντές και ανώτερα διευθυντικά στελέχη μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών 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. 1399: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μ.α.κ. 2131: Σχεδιαστές, αναλυτές και προγραμματιστές συστημάτων υπολογιστών 2139: Πρόσωπα που αναπτύσσουν επαγγελματική δραστηριότητα στον τομέα της πληροφορικής μ.α.κ. 2410: Διδακτικό προσωπικό ανώτατων εκπαιδευτικών	ΠΕ 80: Οικονομίας ΠΕ86 Πληροφορικής	

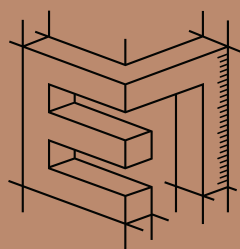
	ιδρυμάτων (Α.Ε.Ι) (Οικονομίας – Διοίκησης) 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ.		
Ε. Συμμετοχής της επιχείρησης σε εκθέσεις	2721: Οικονομολόγοι 1210: Γενικοί διευθυντές και ανώτερα διευθυντικά στελέχη μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών 1234: Διευθυντές 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. 1399: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μ.α.κ. 2410: Διδακτικό προσωπικό ανώτατων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων (Α.Ε.Ι) (Οικονομίας – Διοίκησης) 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ. 3470: Διακοσμητές, εμπορικοί σχεδιαστές (μοντελίστες) κπαε	ΠΕ 80: Οικονομίας ΠΕ89.01 Καλλιτεχνικών Σπουδών (Γρών ΠΕ18.27 Διακοσμητικής)	
Στ. Εκπαίδευση πωλητών στην εξυπηρέτηση πελατών	2721: Οικονομολόγοι 1210: Γενικοί διευθυντές και ανώτερα διευθυντικά στελέχη μεγάλων δημόσιων και ιδιωτικών επιχειρήσεων και οργανισμών 1234: Διευθυντές διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων	ΠΕ 80: Οικονομίας	

	1340: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων χονδρικού και λιανικού εμπορίου 1391: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων παροχής επιχειρησιακής υποστήριξης. 1399: Διευθύνοντες επιχειρηματίες και προϊστάμενοι μικρών επιχειρήσεων μ.α.κ. 2410: Διδακτικό προσωπικό ανώτατων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων (Α.Ε.Ι) (Οικονομίας – Διοίκησης) 2519: Αναλυτές έρευνας αγοράς και στελέχη επιχειρήσεων μ.α.κ. 3419: Πρόσωπα που αναπτύσσουν επαγγελματική δραστηριότητα στους τομείς των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και των πωλήσεων μ.α.κ.		
--	--	--	--



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





ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΓΡΑΜΜΑ

www.ergonesti.gr



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