



**KULTUSMINISTER
KONFERENZ**

РАХМЕНЛЕАРПЛАН

для ученических профессий

**Розничный продавец и продавщица Розничный
продавец и продавщица Продавец и продавщица**

(Резолюция Конференции министров образования и культуры от 17.06.2004 с
изменениями от 16.09.2016)

Почтовый ящик 11 03 42 -
10833 Берлин
Тел.: 030 25418-499

Граурхайндорфер Штрассе 157 - 53117 Бонн
Почтовый ящик 22 40 - 53012 Бонн
Тел.: 0228 501-0

Часть I: Предварительные замечания

Этот рамочный учебный план для профессионального обучения в профессиональных школах был принят Постоянной конференцией министров и сенаторов по вопросам образования и культуры земель (КМК).

Рамочный учебный план согласован с соответствующими федеральными правилами обучения (изданными Федеральным министерством экономики и труда или иным компетентным министерством по согласованию с Федеральным министерством образования и научных исследований). Процедура согласования регулируется "Протоколом о совместных результатах от 30.05.1972". Рамочный учебный план в основном основывается на аттестате об окончании средней школы первой ступени и описывает минимальные требования.

В случае назначенных профессий рамочная учебная программа делится на базовую подготовку, охватывающую широкий спектр профессиональных областей, и специализированную подготовку, основанную на ней.

На основе правил обучения и рамочного учебного плана, которые регулируют цели и содержание профессионального образования, присваивается итоговая квалификация по признанной учебной профессии и - в сочетании с обучением по другим предметам - аттестат об окончании профессионального училища. Это создает необходимые предпосылки для квалифицированного трудоустройства и поступления на курсы повышения квалификации и обучения.

Рамочный учебный план не содержит методических спецификаций для преподавания. Самостоятельное и ответственное мышление и действие как всеобъемлющая цель образования предпочтительно преподавать в тех формах обучения, в которых это является частью общей методической концепции. В принципе, любой методический подход может способствовать достижению этой цели; методы, которые непосредственно способствуют формированию компетенции действовать, особенно подходят для этого и поэтому должны соответствующим образом учитываться при разработке уроков.

Земли принимают рамочный учебный план напрямую или внедряют его в свои собственные учебные планы. Во втором случае они обеспечивают сохранение результатов предметной и временной координации с соответствующими правилами обучения, которые учтены в рамочной учебной программе.

Часть II: Образовательная миссия профессионального училища

Профессиональное училище и учебные предприятия выполняют совместный образовательный мандат в рамках дуального профессионального обучения.

Профессиональное училище - это независимое место обучения. Она работает как равноправный партнер с другими сторонами, участвующими в профессиональном образовании и обучении. Его задача - дать учащимся профессиональное и общее содержание образования с учетом требований профессионального обучения.

Целью профессиональной школы является предоставление базового и специализированного профессионального образования и расширение общего образования, полученного ранее. Таким образом, она стремится дать учащимся возможность выполнять свои задачи на рабочем месте и способствовать формированию мира труда и общества социально и экологически ответственным образом. Он следует положениям школьного законодательства земель, применимым к данному типу школ. В частности, профессиональное обучение ориентировано также на профессиональные правила, изданные для каждой отдельной признанной государством учебной специальности на единой федеральной основе:

- Рамочная учебная программа Постоянной конференции министров и сенаторов по вопросам образования и культуры земель (КМК)
- Федеральные правила обучения внутрифирменного обучения.

Согласно рамочному соглашению о профессиональном училище (постановление КМК от 12.03.2015), целью профессионального училища является,

- для получения профессиональных навыков, сочетающих в себе профессиональную компетентность с общими навыками гуманитарного и социального характера;
- развивать профессиональную гибкость, чтобы справляться с меняющимися требованиями в мире труда и обществе, в том числе с учетом растущей совместной Европы;
- пробудить желание заниматься профессиональным развитием и повышением квалификации;
- способствовать развитию способности и готовности действовать ответственно при формировании индивидуальной жизни и в общественной жизни.

Для достижения этих целей профессиональное училище должно

- ориентировать преподавание на педагогику, специфическую для их задач и делающую упор на ручную ориентацию;
- присваивать межпрофессиональные и межпрофильные квалификации с учетом необходимой профессиональной специализации;
- обеспечить дифференцированное и гибкое образовательное предложение для удовлетворения различных способностей и талантов, а также соответствующих требований мира труда и общества;
- оказывать всестороннюю поддержку и помощь инвалидам и малообеспеченным лицам в рамках своих возможностей;
- указывать на экологические опасности и риски несчастных случаев, связанные с осуществлением профессиональной деятельности и личной жизнью, и указывать способы их избежания или уменьшения.

Кроме того, профессиональная школа должна на общих уроках и, насколько это возможно, в рамках уроков, связанных с профессиональной деятельностью, решать основные проблемы современности, такие как

- Работа и безработица,
- мирное сосуществование людей, народов и культур в мире, сохраняющем культурную самобытность,
- Сохранение естественной основы жизни и
- Обеспечение прав человека

войти.

Перечисленные цели направлены на развитие компетентности действий. Под этим понимается готовность и способность человека вести себя адекватно, обдуманно и индивидуально и социально ответственно в социальных, профессиональных и личных ситуациях.

Компетентность действий разворачивается в измерениях профессиональной компетентности, личностной компетентности и социальной компетентности.

Под **профессиональной компетентностью** понимается готовность и способность решать задачи и проблемы целенаправленно, целесообразно, методично и самостоятельно на основе профессиональных знаний и навыков и оценивать результат.

Личностная компетентность означает готовность и способность прояснять, продумывать и оценивать возможности развития, требования и ограничения в семье, на работе и в общественной жизни как отдельной личности, развивать свои таланты, составлять и развивать жизненные планы. Она включает в себя такие личностные качества, как независимость, критические способности, уверенность в себе, надежность, чувство ответственности и долга. Сюда также входит, в частности, развитие хорошо продуманных ценностей и самоопределяющаяся приверженность ценностям.

Социальная компетентность означает готовность и способность жить и формировать социальные отношения, улавливать и понимать внимание и напряженность, а также рационально и ответственно взаимодействовать и общаться с другими людьми. Это включает, в частности, развитие социальной ответственности и солидарности.

Методологическая и учебная компетентность вырастают из сбалансированного развития этих трех измерений.

Компетентность означает успешность обучения по отношению к отдельному учащемуся и его способности действовать под свою ответственность в личных, профессиональных и социальных ситуациях. В отличие от этого, квалификация понимается как успешность обучения в отношении пригодности для использования, т.е. с точки зрения востребованности в частных, профессиональных и общественных ситуациях (ср. Немецкий совет по образованию, Рекомендации комиссии по образованию по реорганизации II ступени средней школы).

Часть III: Дидактические принципы

Цель профессионального образования и обучения требует, чтобы преподавание было направлено на педагогику, адаптированную к задачам профессиональной школы, которая подчеркивает ориентацию на действие и позволяет молодым людям самостоятельно планировать, выполнять и оценивать рабочие задачи в рамках своей профессиональной деятельности.

Обучение в профессиональной школе в основном происходит в связи с конкретными профессиональными действиями, а также в разнообразных умственных операциях, включая умственное осмысление действий других. Это обучение связано, прежде всего, с осмыслением выполнения действия (план действий, процесс, результаты). Благодаря такому благодарному проникновению профессионального труда создаются предпосылки для обучения на работе и в процессе работы. Это означает для рамочного учебного плана, что описание целей и отбор содержания связаны с профессиональной деятельностью.

На основе теории обучения и дидактических выводов в прагматическом подходе к разработке уроков, ориентированных на действие, можно выделить следующие моменты:

- Дидактические опорные точки - это ситуации, значимые для профессиональной практики (обучение для действия).
- Отправной точкой обучения является действие, по возможности выполняемое самостоятельно или мысленно воспроизводимое (обучение на практике).
- Действия должны планироваться, выполняться, проверяться, при необходимости корректироваться и, наконец, оцениваться учащимися как можно более самостоятельно.
- Действия должны способствовать целостному восприятию профессиональной реальности, например, включать технические, безопасные, экономические, юридические, экологические, социальные аспекты.
- Действия должны быть интегрированы в опыт учащихся и осмыслены с точки зрения их социального воздействия.
- Действия также должны включать социальные процессы, например, декларирование интересов или управление конфликтами.

Обучение, ориентированное на действие, - это дидактическая концепция, в которой взаимосвязаны структуры предмета и системы действий. Она может быть реализована с помощью различных методов обучения.

Обучение, предлагаемое профессионально-технической школой, ориентировано на молодых людей и взрослых, которые отличаются по уровню предыдущего образования, культурному фону и опыту от обучающих компаний. Профессионально-технические училища могут выполнить свой образовательный мандат только в том случае, если они учитывают эти различия и поддерживают учащихся - в том числе обездоленных или особо одаренных - в соответствии с их индивидуальным потенциалом.

Часть IV: Предварительные замечания, связанные с работой

Данный рамочный учебный план для программ профессионального обучения продавцов и продавщиц розничной торговли согласован с Постановлением о программах профессионального обучения продавцов и продавщиц розничной торговли от 13 марта 2017 года (BGBl. I p. 458).¹

Рамочная учебная программа для обучения профессии продавца розничной торговли (постановление КМК от 3 марта 1987 года) отменяется настоящей рамочной учебной программой.

Розничные продавцы и продавцы-консультанты в основном продают товары, консультируют и обслуживают клиентов, а также используют системы управления товарами. Они также могут быть вовлечены в сферу обслуживания: оформление кассы, закупка товаров, приемка товаров, управление запасами, брендинг, управление персоналом и взаимодействие онлайн и стационарной торговли.

Области обучения с их целевыми формулировками основаны на образцовых областях деятельности. Они должны быть реализованы дидактически и методически таким образом, чтобы привести к профессиональной компетентности. Целевые формулировки описывают уровень квалификации в конце процесса обучения. Дополненные содержанием, они составляют минимальный объем компетенций, которым необходимо обучить.

В формулировках целей переплетаются предметные и деятельностно-системные ориентиры. Они также включают в себя использование современных средств массовой информации, современных офисных коммуникаций и программного обеспечения для получения и обработки информации. На это в рамочном учебном плане отводится не менее 80 учебных часов. Цели и содержание иностранного языка интегрированы в учебные области в объеме 40 часов.

Расположение учебных областей соответствует идее разделения на две учебные профессии - продавца розничной торговли и продавца-консультанта. Учебные области первого года обучения посвящены продаже товаров и необходимой для этого ориентации на клиента. Следующие учебные области на втором году обучения сосредоточены на вспомогательных областях деятельности, таких как закупки, хранение и обработка данных, а затем возвращаются к ориентации на покупателя. Учебные области третьего года обучения посвящены более обширным операционным ситуациям, которые соответствуют профилю подготовки продавца розничной торговли.

Необходимые знания о товарах зависят от ассортимента, а также от формы эксплуатации и продажи. В профессиональном училище на примере отдельных товаров преподаются методы приобретения знаний о товарах и, таким образом, умение знакомиться с новыми ассортиментами. Смещение акцента с функции документирования на функцию управления и контроля последовательно проводится в рамочной учебной программе при развитии деятельностных компетенций в области бухгалтерского учета.

Измерения устойчивости - экономические, экологические и социальные - распространяются на все сферы деятельности в розничной торговле и интегрированы в учебные области. Они предлагают разнообразные поводы для ссылок на экономическую и торговую этику.

¹ В связи с реорганизацией Положения о профессиональной подготовке в сфере розничной торговли по профессиям продавца и продавца розничной торговли от 16 февраля 2004 года (Бюллетень федеральных законов I стр. 1806), учебная область 12 была адаптирована в рамочном учебном плане, а в учебные области 3, 5, 10 и 14 были внесены незначительные дополнения.

Часть V: Поля обучения

Обзор учебных полей для учебных профессий Розничный продавец и продавщица, продавец и продавщица				
Области обучения		Временные ориентиры в часах		
Нет.		Год 1	Год 2	Год 3
1	Компания розничной торговли представляет rep	80		
2	Вести переговоры о продажах, ориентируясь на клиента	80		
3	Присматривать за клиентами в зоне обслуживания кассы	80		
4	Настоящие товары	40		
5	Рекламирывать и продвигать продажи	40		
6	Закупка товаров		60	
7	Получение, хранение и обслуживание товаров		60	
8	Учет и контроль бизнес-процессов		60	
9	Подготовить меры ценовой политики и выполнять		40	
10	Освоение особых ситуаций в продажах		60	
11	Ориентированный на успех контроль бизнес-процессов			80
12	Завоевать клиентов с помощью маркетинговых концепций и связать			80
13	Планирование развертывания персонала и управление сотрудниками			60
14	Занимайтесь розничной торговлей и развивать			60
	Итоговые показатели (всего 880 часов)	320	280	280

Учебная область 1:
розничной торговли
собой 1-й год обучения
время: 80 часов

Предприятие
Представляет
Ориентировочное

Постановка цели:

Учащиеся представляют учебную компанию. В отношении своей профессиональной деятельности и возможностей дальнейшего развития они представляют ключевые области деятельности и сферы работы своей розничной компании. Они объясняют программное заявление компании, экономические и экологические цели и общую социальную ответственность компании. Они самостоятельно информируют себя в учебной компании и поддерживают эту информацию в актуальном состоянии. Они разрабатывают возможности получения доступной информации и о других предприятиях. Оценивают выбранную форму предприятия в связи с ассортиментом и формой продажи и сравнивают свои учебные предприятия. Описывают организацию своего предприятия и его интеграцию в общую экономику.

При подготовке презентации они самостоятельно работают над заданиями в группе и применяют методы решения проблем. Они размышляют о взаимодействии персонала в розничной компании и разбираются с правилами, а также с задачами, правами и обязанностями участников дуальной системы профессионального обучения. Принимая во внимание коллективные переговоры в розничной торговле, учащиеся оценивают значение коллективных договоров и роль социальных партнеров в их заключении. Они размышляют о правилах, предусмотренных законом о совместном определении. Они признают необходимость социального обеспечения и частного обеспечения в Федеративной Республике Германия. Учащиеся представляют и документируют результаты своей работы в структурированной и ориентированной на адресата манере, используя соответствующие средства массовой информации. Они усваивают ориентацию на клиента как руководящий принцип своей профессиональной деятельности.

Содержание:

Техника работы и обучения
простой экономической
цикл
Задачи и структура розничной торговли
Безопасность труда и охрана окружающей
среды Организация предприятия и
рабочие процессы Договор на обучение
Защита занятости
молодежи Устойчивость
Методы презентации

Учебная область 2:
продажам, ориентированные на клиента
время: 80 часов

Переговоры по
1-й год обучения
Ориентировочное

Постановка цели:

Учащиеся проводят переговоры о продажах для удовлетворения клиентов и компании, используя знания о товарах, общении и продажах. Они осваивают важные элементы общения и техники продаж, а также приемы приобретения необходимых знаний о товарах. Они применяют их в ролевых играх, демонстрируя вербальное и невербальное поведение, ориентированное на клиента. При необходимости они предоставляют простую информацию на иностранном языке в соответствии с ситуацией. Во время переговоров о продажах они используют свои знания о товарах, чтобы разработать подходящие аргументы для продаж. Они также включают услуги компании в разговор о продажах и адекватно реагируют на возражения клиентов. Они делают альтернативные предложения с целью продвижения решения о покупке и доведения его до успешного завершения.

Учащиеся создают каталоги критериев для оценки ситуаций матча и тренинга. Они оценивают ситуации общения и продаж и дают соответствующую обратную связь. В качестве вспомогательных средств они используют, в частности, аудио- и видеотехнологии.

Содержание:

Презентация товара
консультативные
продажи
Соотношение цены и качества
Дополнительные предложения
Иноязычные технические
термины
типичные фразы на иностранном языке

Область обучения 3: клиентов в зоне обслуживания кассового аппарата год обучения время: 80 часов	Обслуживание 1-й Ориентировочное
Постановка цели: Студенты выполняют задания в прикассовой зоне и доброжелательно и внимательно обслуживают покупателей. Вы заключаете договоры купли-продажи в соответствии с правовыми и эксплуатационными нормами. При необходимости указываете клиентам на использование общих положений и условий. Предлагают покупателю услуги на кассе и делают дополнительные предложения. Учащиеся информируют покупателя о распространенных методах оплаты, их преимуществах и недостатках. Они классифицируют способы оплаты с точки зрения их выгоды для компании. Учащиеся обрабатывают кассовые операции, учитывая карты и ваучеры клиентов, и работают с кассовым аппаратом в соответствии с правилами компании. Они оформляют квитанции и счета-фактуры и соблюдают правила налогообложения продаж. Они осуществляют учет денежных средств, составляют кассовые отчеты и оценивают их. Для этого они используют уже известные, общепринятые методы расчета. Они используют кассовую систему как инструмент для регистрации данных о продажах в системе управления товародвижением.	
Содержание: Правоспособность и дееспособность договора Ничтожность и оспоримость Обязательство и исполнительная сделка Свобода договора Защитные свойства банкнот Правило трех, процентное и среднее вычисление	

Учебная область 4:	Презентация товаров 1-й год обучения
Контрольное значение времени: 40 часов	
Постановка целей: Учащиеся размещают и представляют товары, ориентируясь на покупателя, эффективный с точки зрения продаж и экономически целесообразный способ. Они разрабатывают критерии привлекательной презентации товаров. Они разрабатывают концепции презентации товаров, представляют их и оценивают на основе разработанных критериев. Учащиеся учитывают особенности вида бизнеса, формы и ассортимент продаж, общие правила презентации и размещения товаров, психологию продаж.	
Содержание: Дизайн магазина Визуальный мерчандайзинг Изучение работы с клиентами Носители товаров Зоны полок Маркировка товаров Маркировка цен Витрины магазинов	

Учебная область 5:	Реклама и стимулирование продаж 1-й год обучения Ориентировочное время: 40 часов
Постановка цели: Учащиеся создают рекламный план. Они формулируют свои собственные ценности и уважают ценности других. Они разрабатывают рекламные мероприятия, соблюдая принципы рекламы и правовые рамки. Они также используют соответствующее программное обеспечение для разработки и использования рекламных средств. Они оценивают использование рекламных мер в повседневных продажах. Они принимают во внимание экономические, правовые и этические ограничения рекламы и оценивают рекламный успех мероприятий. Они взвешивают использование различных видов рекламы с точки зрения их воздействия на потребителей. Учащиеся описывают и оценивают типичные меры по стимулированию сбыта. Они включают услуги как средство обеспечения лояльности клиентов. Они выбирают упаковочные материалы и способы доставки товаров в соответствии с экономическими и экологическими аспектами.	
Содержание: Рекламный носитель Кооперативные формы рекламы Прямая реклама UWG Коллективная работа над постановлением об упаковке	

Учебная область 6:

**Закупка товаров
2-й год обучения**

Контрольное значение времени: 60 часов

Постановка цели:

Учащиеся закупают товары и учитывают экономические, правовые и экологические аспекты.

Они планируют процесс закупок на основе данных управления товарами. Для этого они определяют различные источники поставок, условия и цены. Они готовят и заключают контракты на закупку с помощью различных средств коммуникации. При принятии решений о закупках они учитывают количественные и качественные аспекты. Они также используют системы информационных технологий. Они оценивают полученные данные и представляют свои результаты в качестве основы для принятия решений.

Содержание:

Планирование количества,
времени и цен
Формы сотрудничества в сфере
закупок
Запрос, предложение,
заказ
Расчет закупки
Сравнение предложений
Система управления товарами

**Учебная область 7:
хранение и уход за товарами**

**Получение,
2-й год обучения
Контрольное значение времени: 60 часов**

Постановка целей:

Учащиеся проверяют получение товаров и обеспечивают их надлежащее хранение. Они распознают нарушения обязанностей со стороны поставщика, документируют их и принимают соответствующие меры для их устранения. Учащиеся общаются с поставщиками, решая проблемы. Они проверяют товары на основании квитанций и регистрируют статьи, также используя систему информационных технологий.

Они хранят товары и соблюдают важные принципы хранения на торговом и/или резервном складе. Учащиеся анализируют основные показатели, выполняют расчеты запасов, оценивают их и показывают возможности оптимизации. Они учитывают экономические, юридические и экологические аспекты на складе и при работе с упаковкой.

Содержание:

Дефект материала

Уведомление о

дефекте Задержка

поставки

Минимальный запас, уровень

заказа Оборачиваемость

запасов, срок хранения Учет

запасов, инвентаризация

Организация склада

Правила хранения и транспортировки,

безопасность на складе Уход за товарами

**Область обучения 8:
процессов и
время: 60 часов**

**Запись бизнес-
2-й год обучения
Ориентировочное**

Постановка цели:

Учащиеся фиксируют отношения компании с клиентами и поставщиками посредством информационных, денежных и стоимостных потоков и проводят оценки. Они обрабатывают поступления и систематически документируют данные, полученные в результате операционных процессов, согласно соответствующим положениям законодательства. С помощью этих записей они представляют активы и финансовое положение предприятия, определяют успех и обсуждают существенные детерминанты успеха розничного предприятия.

Учащиеся статистически обрабатывают данные из отчета о прибылях и убытках для подготовки оперативных решений. Они проверяют записанные данные о товарах, определяют ключевые показатели и оценивают их во временном и оперативном сравнении. При этом они применяют методы коммерческих расчетов и используют соответствующее программное обеспечение в качестве документального и информационного инструмента.

Содержание:

Бизнес-кейсы

Балансовый отчет

Отчет о прибылях и убытках

Система управления товарами

Статистика

Себестоимость продаж, валовая прибыль, коэффициенты оборачиваемости

Учебная область 9: реализация мер ценовой политики часов	Подготовка и 2-й год обучения Отведенное время: 40
Постановка цели: Учащиеся готовят и реализуют меры ценовой политики розничного бизнеса. Они самостоятельно и ответственно организуют свое обучение и используют подходящее программное обеспечение. Учащиеся эффективно работают вместе и сотрудничают. Они знают о важности продажной цены как инструмента политики продаж. Они классифицируют ценовую политику в рамках корпоративных целей своей тренинговой компании. Они определяют внутренние и внешние влияния на цены. Они различают ценообразование, ориентированное на затраты, спрос и конкуренцию. Учащиеся рассчитывают цены и применяют сокращенные процедуры расчета. Они оценивают различные стратегии ценообразования. Они описывают причины различного поведения спроса, принимая во внимание также социальные/экономические изменения.	
Содержание: Цена Показатель Постановление Прямая калькуляция затрат Обратная калькуляция затрат Фактор калькуляции затрат Расчетная надбавка, расчетная скидка Торговая маржа	

**Учебная область 10:
продажах
время: 60 часов**

**Особые ситуации в
2-й год обучения
Ориентировочное**

Постановка цели:

Основываясь на философии компании, ученики ведут себя адекватно в ситуациях и профессионально в особых случаях в продажах.

Они адекватно реагируют на поведение своих клиентов в различных ситуациях. При этом они целенаправленно используют вербальные и невербальные средства выражения. Учащиеся дают профессиональные консультации, при необходимости используя также знания иностранных языков и технические средства. В частности, при обмене товарами и предъявлении претензий учащиеся действуют в интересах компании и клиентов, соблюдая правовые нормы и правила компании. В ситуации консультирования они распознают возможные конфликты, справляются со стрессовыми ситуациями и способствуют их разрешению с помощью поведения, соответствующего ситуации. Учащиеся выполняют индивидуальные требования своих клиентов.

Содержание:

Поведение клиентов
Продажа в напряженные
периоды Клиенты в
компании
Продажа непосредственно перед
закрытием магазина Покупки подарков
и товаров Гарантия, гарантия,
ответственность за товар Гудвилл
Воровство в магазинах
Нарушения в продажах
Финансирование покупок
Поведение при разрешении
конфликтов

Учебная область 11:
ориентированные на успех
время: 80 часов

Бизнес-процессы,
3-й год обучения
Ориентировочное

Постановка цели:

Учащиеся анализируют бизнес-процессы в розничном предприятии и используют инструменты для повышения успешности предприятия. Они ведут учет товародвижения розничного предприятия. Они готовят решения по управлению активами и оценивают ситуацию с прибылью компании. Учащиеся анализируют структуру затрат розничного предприятия и распределяют затраты по операционным подотраслям. Они объясняют лицам, принимающим решения, отдельные экономические меры по снижению затрат и устанавливают связь с эффектом на уровне экономики в целом. Учащиеся используют расчет маржи вклада для установления цен продаж и оптимизации ассортимента с ориентацией на прибыль. При этом они учитывают аспект смешанной калькуляции затрат. Они определяют краткосрочную операционную прибыль и вносят предложения по повышению рентабельности.

Учащиеся рассчитывают коэффициенты с помощью данных из различных информационных систем и используют их для сравнения и оценки ситуации. Они оформляют статистику графически, интерпретируют информацию и выводят возможные меры по оптимизации операционных процессов. Для этого они используют соответствующее программное обеспечение.

Содержание:

Покупка товаров, продажа
товаров Налог на
добавленную стоимость
Амортизация
Виды затрат, центры затрат, калькуляция
распределения внешние затраты
Пост-расчет
Коэффициенты прибыльности,
эффективность Система управления
товарами
Влияние на простой экономический цикл

Учебная область 12:

маркетинговых концепций для завоевания и удержания клиентов

завоевание и удержание клиентов

время: 80 часов

Использование

3-й год обучения:

Ориентировочное

Постановка целей:

Учащиеся понимают маркетинг как центральную задачу компании для завоевания и расширения позиции на рынке. Учащиеся информируют себя о работе по связям с общественностью своей компании и оценивают ее эффективность.

Учащиеся используют системы информационных технологий для сбора и оценки рыночной информации и данных о клиентах. Они оценивают рыночную позицию своей компании по отношению к конкурентам в стационарной торговле, а также в онлайн-торговле. Они анализируют каталоги продукции и оценки клиентов, в том числе на порталах сравнения цен, электронных торговых площадках и в интернет-магазинах. Они анализируют инструменты политики продаж и разрабатывают концепции для реализации существующих целей брендинга. При этом они учитывают экономические условия и взаимодействие между онлайн-торговлей и стационарной торговлей. Они разрабатывают графики и планы работы над маркетинговыми концепциями, определяют обязанности и документируют ход работы. Они представляют и осмысливают результаты своей работы.

Студенты понимают специфические для товаров и клиентов потребности в услугах как важный подход к созданию и поддержанию отличительной позиции на рынке. Они представляют сервисные концепции своих учебных компаний и анализируют трудности в их реализации. Учащиеся разрабатывают и обосновывают дальнейшие меры сервисной политики для укрепления лояльности клиентов. Они также рассматривают вопросы управления жалобами.

Они оценивают интернет-магазины и торговые онлайн-платформы на отдельных примерах. Они используют инструменты онлайн-маркетинга и учитывают требования законодательства.

Содержание:

Маркетинг-микс

Управление взаимоотношениями с клиентами Многоканальная стратегия

Область обучения 13: развертывания персонала и управление сотрудниками год обучения время: 60 часов	Планирование Ориентировочное 3-й
Постановка цели: Учащиеся выполняют задачи и действия по управлению человеческими ресурсами в розничной компании, принимая во внимание цели управления человеческими ресурсами. Они осознают различные интересы всех вовлеченных сторон. Для обеспечения эффективности деятельности компании они анализируют численность и структуру работников, участвуют в определении потребностей в персонале и планировании его расстановки. Они используют различные инструменты для внутреннего и внешнего найма и составляют критерии отбора кандидатов. Они осознают важность трудовых договоров для трудовых отношений и их прекращения. Учащиеся оформляют платежные ведомости. Учащиеся знают различные способы мотивации сотрудников и используют их для стимулирования рабочего поведения и желания выполнять работу сотрудников.	
Содержание: Ведение бесед Работа с конфликтами Развитие человеческих ресурсов Защита данных Установление, контроль и прекращение трудовых отношений	

Учебная область 14:

**розничным бизнесом
и развития
время: 60 часов**

Управление

**3-й год обучения
Ориентировочное**

Постановка цели:

Учащиеся думают и действуют в предпринимательских контекстах. Они изучают и развивают управленческие компетенции, в том числе в отношении своих личных профессиональных перспектив. Они участвуют в управлении предприятием и разрабатывают концепции дальнейшего развития предприятия. Они представляют и оценивают различные формы предприятий. Учащиеся выбирают подходящие варианты финансирования. Они различают виды кредитов и описывают образцовые кредитные ценные бумаги. Для обеспечения ликвидности они отслеживают поступающие платежи и принимают меры в случае просрочки платежа.

Содержание:

Компания, Коммерческий регистр
Индивидуальное предпринимательство, KG, GmbH,
кооператив, OHG Франчайзинг
Кредит для поставщиков, овердрафт, заем
Простое удержание титула, поручительство, передача права
собственности в порядке обеспечения Судебная процедура
оспаривания
Банкротство

Список корреспонденций

между

**рамочный учебный план для
профессиональной школы и рамочный
учебный план для предприятия**

**в ученических профессиях продавца розничной торговли и
продавщицы розничной торговли, а также продавца и
продавщицы**

Список корреспонденций документирует координацию содержания обучения между учебными заведениями профессионально-технической школы и учебной компанией.

Для дуального профессионального образования и обучения характерно то, что обучающиеся приобретают свои компетенции на двух учебных площадках - в профессиональном училище и учебной компании. Для этого существуют различные правовые нормы:

- Учебный план в профессионально-техническом училище основан на рамочном учебном плане Постоянной конференции министров образования и культуры.
- Внутрифирменное обучение основано на рамочном плане обучения, который является частью положения об обучении.

Оба плана были составлены экспертами-преподавателями и тренерами в постоянных консультациях друг с другом в рамках процедуры, разработанной совместно Федеральным правительством и Конференцией министров образования и культуры для координации учебных положений и рамочных учебных программ в области профессионального образования и обучения ("Протокол совместных результатов").

В следующем списке соответствий учебные области рамочной учебной программы соотносятся с позициями рамочной учебной программы таким образом, что временная и фактическая координация становится очевидной. Таким образом, он может стать инструментом для улучшения и интенсификации сотрудничества учебных мест на месте.

БИББ: Аннен, АВ 4.2/

КМК: Päßler; RLP-A: Schuster

**Список корреспонденций
между рамочным планом обучения и рамочной учебной
программой**

профессиональных тренингов

стать продавцом и продавцом/
продавщицей в розничной торговле.
в качестве продавщицы в розничной торговле

Статус 21 июля 2016 г.

Рамочная учебная программа Статус: 21.07.2016					Рамочная учебная программа Статус: 21.07.2016				
Должность стажера	Учебный год				Учебный год				Области обучения
	1	2	3	4	1	2	3	4	
Раздел А: Профессиональный профиль, дающий навыки, знания и умения в обязательных квалификационных единицах									
1. Товары и услуги, предлагаемые поставщиком. образовательная компания	X				X	X			1,2,3,4,5,7
а) Предоставление клиентам информации об ассортименте товаров, предлагаемых компанией	X				X	X			1,2,4,7
(b) структурировать области продукции, в которых проводится обучение, на группы продукции с различными артикулами и типами и классифицировать их в оперативном ассортименте продукции	X				X	X			1,2,4,7
(c) использовать источники информации для приобретения знаний о товарах	X				X	X			1,2,4,7
d) информировать клиентов о свойствах и возможностях использования товаров хотя бы из одной товарной области, в которой проводится обучение, с учетом аспектов устойчивого развития.	X				X	X			1,2,3,4
e) информировать клиентов об услугах, предлагаемых компанией	X				X				1,2,4,5,7
f) применять маркировку продукции, технические термины и обычные торговые описания, в том числе на иностранных языках, для товаров и услуг					X	X			1,2,3,4,
2. Презентация товаров и рекламные мероприятия		X			X	X			2,3,4,5,9

а) разрабатывать и внедрять концепции привлекательной презентации товаров с учетом формы работы, продажи и хранения, ассортимента товаров и целевых групп, общих правил презентации товаров, размещения товаров, а также психологических выводов по продажам.		X			X				2,3,4,5
б) Предлагать места в соответствии с аб.		X			X				2,3,4,5

отбирать товары в соответствии со стимулирующими продажи аспектами, размещать и представлять их в стимулирующем продажи виде с использованием обычных отделочных материалов.								
с) вносить изменения в цены в рамках операционных и законодательных требований		X			X	X		2,3,4,5,9
д) использовать рекламные материалы и средства рекламы с учетом законодательной базы и требований компании		X			X			2,3,4,5
е) информировать клиентов о рекламных мероприятиях		X			X			2,3,4,5
ф) планировать, проводить и оценивать наблюдения за конкурентами, предлагать улучшения для собственного бизнеса		X			X	X		2,4,5,9
ж) разрабатывать, обосновывать и внедрять предложения по улучшению презентации товаров		X			X			4,5
3. Расчет цены		X				X		4,6,7,8,9
(а) выполнять расчеты для поиска поставщиков и расчета цен		X				X		6,9
б) осуществлять выдачу призов в рамках операционных и правовых требований.		X				X		4,7
с) Рассмотрите возможности ценообразования при расчете.		X				X		6,9
д) разрабатывать предложения по изменению цен и оценивать последствия изменения цен для продаж, оборота и прибыли		X				X		6,8,9
4. Контроль запасов		X				X		6,7,8,10
(а) точно и оперативно регистрировать движение товаров в системе управления запасами, используя информационные системы и соблюдая требования безопасности		X				X		

(b) оказывать помощь в управлении запасами и продажами с использованием товарной экономической системы		X				X			6,7
--	--	---	--	--	--	---	--	--	-----

с) Проверять квитанции и принимать соответствующие меры в случае расхождений.		X				X			6,7,8
(d) проверка запасов на предмет их количества и качества		X				X			6,7,8
е) оказывать помощь в подготовке и проведении инвентаризации, соблюдать законодательные положения и использовать рабочие и организационные инструменты.		X				X			7,8
f)Примите меры, чтобы избежать расхождений в инвентаризации.		X				X			7,8,10
(g) принимать обычные меры в случае отклонения от нормы запасов, в частности, из-за поломки, порчи, усушки и кражи		X				X			4,7,8,10
5. Получение и хранение товаров		X				X			7
a) Проверьте количество товара и упаковку на наличие повреждений при транспортировке и, при необходимости, примите обычные меры.		X				X			7
b) проверять товарные чеки и грузовые документы с учетом спецификаций компании		X				X			7
с)правильно хранить и ухаживать за товарами		X				X			7
(d) использовать и обслуживать приспособления для перемещения грузов с учетом эргономических требований		X				X			7
(е) соблюдать принципы хранения, проводить проверку запасов		X				X			7
f)Оцените складские коэффициенты и определите возможности оптимизации.		X				X			7
g) учитывать экономические и экологические требования на складе и при работе с упаковкой, в частности, экономно расходовать энергию		X				X			7

6. Продажа товаров	X				X	X			1,2,3,10
а) доброжелательно реагировать на запросы клиентов, отдавая предпочтение другой работе и полезным,	X				X	X			2,3,10

Использовать вербальные и невербальные формы общения и реагировать на поведение клиента способом, соответствующим ситуации.								
b) определять желания клиентов в ходе информационных, консультационных и торговых бесед, используя технику постановки вопросов и ведения беседы, делать предложения и отвечать на возражения и аргументы клиентов в манере, способствующей продажам.	X				X	X		2,3,10
с) применять знания о товарах при обсуждении с покупателями	X				X	X		2,10
d) предлагать дополнительные, запасные и дополнительные статьи, а также услуги и способствовать принятию решения о покупке	X				X	X		2,10
(е) продавать товары, ориентируясь на клиента и обслуживание, учитывая форму работы и продажи и соблюдая требования законодательства, тем самым способствуя повышению лояльности клиентов	X				X	X		1,2,3,10
f) надлежащим образом реагировать на жалобы, рекламации и запросы об обмене, учитывать при их рассмотрении правила компании и сотрудничать в надлежащем разрешении конфликтов	X				X	X		2,3,10
ж) размышлять, оценивать и улучшать собственное поведение в сфере продаж	X				X	X		2,10
7. Касса зоны обслуживания	X				X			3
a) подготовка и эксплуатация кассового аппарата в соответствии с инструкциями компании по обналичиванию денежных средств	X				X			3

b) оценить кассовую зону с точки зрения эргономики и соответствующим образом скорректировать свое поведение	X				X				3
с) обрабатывать наличные и безналичные платежи, учитывая ценовые скидки и соблюдая меры предосторожности при приеме платежей	X				X				3
(d) оформлять квитанции на покупку; и	X				X				3

Обработка обменов и жалоб на кассе								
е) общаться с клиентами в ориентированной на обслуживание манере при работе на кассе, справляться со стрессовыми ситуациями на кассе	X				X			3
ф) осуществлять учет наличности, составлять кассовый отчет, передавать квитанции и ваучеры и определять причины расхождений в наличности.	X				X			3
Раздел В: профиль профессии-определяющие навыки, знания и умения в элективных квалификациях; один из них должен быть указан в договоре на обучение:								
8. Обеспечение присутствия ва- тер		X			X	X		3,6,7,8
а) проверять поступающие товары на соответствие законодательным нормам и требованиям компании, регистрировать их в информационной системе компании и инициировать обычные меры в случае выявления отклонений		X				X		7,8
б) документировать любые дефекты, выявляемые при получении товара, в соответствии с законодательными и обычными положениями о получении товара.		X				X		7
с) регистрировать жалобы, в частности на поломки, порчу и усушку, а также координировать и осуществлять соответствующие меры с внутренними и внешними поставщиками.		X				X		6,7
д) Определить оптимальный уровень запасов, проанализировать последствия слишком высоких и слишком низких уровней запасов и выработать предложения по оптимизации запасов.		X				X		7
е) контролировать и отслеживать движение товаров с помощью системы управления товародвижением		X			X	X		3,6,7,8

f)осуществлять мониторинг наличия предложения товаров с учетом сезонных факторов, факторов, связанных со спросом, действиями и свободными условиями, а также региональных особенностей, и при необходимости инициировать соответствующие меры		X				X			6,7,8
---	--	---	--	--	--	---	--	--	-------

г) Внедрять меры по управлению качеством в складском хозяйстве.		X				X			7
9. Консультирование клиентов		X			X	X			2,3,8,10
а)Проводить переговоры по продажам и консультированию, ориентируясь на успех, и применять глубокие знания из одной продуктовой области, по крайней мере, двух продуктовых групп.		X			X	X			2,10
б)Информировать покупателей о характеристиках, определяющих качество и цену, а также связанных с устойчивостью, и о возможных вариантах использования изделий и сортов.		X			X	X			2,10
с) подчеркивать различия между брендами производителя и частными марками в ходе продаж и консультаций.		X			X	X			2,10
д)Подчеркните важность качества и кэшбэка в продажах и консультационных беседах.		X			X	X			2,10
е) Наблюдать за тенденциями и текущими событиями и использовать их в качестве аргумента для продаж.		X			X	X			2,10
ф)Выявлять покупательские мотивы и желания клиентов, наблюдая, активно слушая и задавая вопросы, и учитывать их в ходе продаж и консультаций.		X			X	X			2,10
г) различать типологии и поведенческие модели клиентов и использовать знания о них для стимулирования продаж в индивидуальных продажах и консультациях.		X			X	X			2,10

h) Определять причины конфликтов, справляться с эмоциональными ситуациями и стрессовыми ситуациями в продажах и применять стратегии работы с трудными клиентами.		X			X	X			2,10
i) решать особые случаи в продажах, применяя правовые и операционные нормы		X				X			10
j) важность успешного		X			X	X			2,8,10

Объясните деятельность богатых продаж с точки зрения оборота, дохода, удовлетворенности клиентов и лояльности клиентов, уделяя особое внимание необходимости работы в команде.								
к) обрабатывать обмены, жалобы и претензии, действуя с ориентацией на клиента и соблюдая юридические и производственные требования		X			X	X		2,3,10
10. данные кассового аппарата и обслуживание клиентов		X			X	X		3,8
а) Обращение к покупателям на кассе в манере, соответствующей ситуации		X			X			3
б) предлагать услуги клиентам в процессе оформления заказа		X			X			3
с)осуществлять кассовые операции в соответствии с системой и учитывать важность кассового аппарата для контроля потока данных и товаров.		X			X	X		3,8
д) Оценивать кассовые отчеты, в частности, в отношении статей, средств оплаты, использования персонала и мер по стимулированию сбыта.		X			X	X		3,8
е) обрабатывать обмены, жалобы и претензии, действуя ориентированно на клиента и соблюдая юридические и операционные требования.		X			X			3
ф)подготовить перевозку денег и обеспечить наличие сдачи на основе кассового учета.		X			X			3
г) в случае неисправностей в системе кассовых аппаратов, инициировать меры по резервному копированию данных и восстановлению функциональности		X			X			3
11. реклама и стимулирование сбыта		X			X	X		2,3,5,9
а) оценить взаимосвязь между средствами рекламы и рекламными носителями		X			X			5

b) Оценить затраты на рекламу и результаты рекламы		X			X				5
--	--	---	--	--	---	--	--	--	---

с) Выбирать и использовать рекламные материалы и средства массовой информации с учетом целей и затрат.		X			X				5
д) Оценить последствия мер ценовой политики и внести предложения.		X			X	X			5,9
е) Осуществлять меры по визуальному стимулированию продаж и учитывать ожидания клиентов.		X			X				4,5
ф) учитывать различные органы чувств при презентации товара и принимать во внимание аспекты психологии продаж.		X			X				4,5
г) Использовать меры по обслуживанию клиентов для содействия успеху продаж.		X			X				2,5
h) планировать, осуществлять и оценивать действия по повышению лояльности клиентов		X			X				2,3,5
и) Проводить проверки успешности рекламы и выработать предложения по ее улучшению.		X							5

Раздел С: межквалификационные навыки, знания и умения, которые должны преподаваться интегративно:

12. профессиональное обучение, нормы трудового и социального законодательства	X				X				1
а) описать основное содержание и компоненты договора на обучение, определить права и обязанности, вытекающие из договора на обучение, и описать задачи сторон, участвующих в дуальной системе.	X				X				1
б) сравнить план обучения компании с правилами обучения	X				X				1
с) соблюдать трудовое, социальное законодательство и законодательство о совместном определении, а также правила коллективных переговоров и рабочего времени, применимые к	X				X				1

сфере деятельности.								
d) объяснить позиции собственного учета заработной платы	X				X			1
e) обосновать возможности и требования непрерывного обучения для профессионального и личностного развития и объяснить различные способы, которыми это может быть достигнуто. приобретенные ими компетенции.	X				X			1

terdevelop									
f) применять методы обучения и работы, а также методы самонаправленного обучения и использовать профессионально значимые источники информации	X				X				1
ж) представлять возможности карьерного роста и развития.	X				X				1
13. значение и структура розничной торговли и учебного предприятия	X				X				1,4
а) объяснить функцию розничной торговли для экономики в целом и для компании	X				X				1
б) объяснить организационно-правовую форму и организационную структуру тренинговой компании с ее задачами и обязанностями, а также взаимосвязи между бизнес-процессами.	X				X				1
с) оценить влияние местоположения, формы работы и продаж, каналов распределения, ассортимента и ценообразования, а также оформления торгового зала на положение тренинговой компании на рынке.	X				X				1,4
14 Информация и коммуникация	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8,10
а) с уважением, благодарностью и доверием помогают формировать сотрудничество в команде.	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8,10
б) обосновать необходимость планирования оперативного персонала и внести свой вклад в его реализацию	X				X				1,2,3,10
с) давать и принимать соответствующую обратную связь	X				X	X			1,2,5,6,7,8,10
д) Выявлять причины конфликтов и проблем в общении и способствовать их разрешению.	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8,10
е) использовать информационные и коммуникационные	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8

системы									
(f) собирать, защищать и поддерживать данные с использованием стандартных операционных процедур, защиты данных и безопасность данных	X				X	X			3,7,8,9,10

десять									
15 Безопасность и здоровье на рабочем месте	X	X			X				1
a) Определить опасности для безопасности и здоровья на рабочем месте и принять меры по предотвращению этих опасностей.	X	X			X				1
b) применять правила охраны труда и предотвращения несчастных случаев.	X	X			X				1
c) описать поведение в случае несчастных случаев и принять первые меры	X	X			X				1
d) применять правила превентивной противопожарной защиты, описывать поведение огня и принимать меры по тушению пожара	X	X			X				1
16. охрана окружающей среды Для того чтобы избежать производственного загрязнения окружающей среды в сфере влияния профессии, необходимо принять следующие меры нести, в частности	X	X			X	X			1,2,4,5,6,7
a) на примерах объяснить возможное воздействие учебной компании на окружающую среду и ее вклад в охрану окружающей среды	X	X			X	X			1,2,5,6,7
b) применять правила охраны окружающей среды, применимые к учебной компании	X	X			X	X			1,2,5,6,7
c)Использовать возможности экономичного и экологически чистого использования энергии и материалов.	X	X			X	X			1,2,4,5,6,7
d) Избегать отходов и утилизировать вещества и материалы экологически безопасным способом.	X	X			X	X			1,4,5,6,7

Розничный продавец/женщина

Раздел А: профессиональные навыки, знания и умения, которые пересекаются с квалификациями по выбору									
1. товары и услуги, предлагаемые тренинговой компанией	X				X		X		1,2,4,6,7,12
а) Предоставление клиентам информации об ассортименте товаров, предлагаемых компанией	X				X		X		1,2,4,6,12
(b) структурировать области продукции, в которых проводится обучение, на группы продукции с различными артикулами и типами и классифицировать их в оперативном ассортименте продукции	X				X		X		1,2,4,6,12
(c) использовать источники информации для приобретения знаний о товарах	X				X				1,2,4
d) информировать клиентов о свойствах и возможностях использования товаров хотя бы из одной товарной области, в которой проводится обучение, с учетом аспектов устойчивого развития.	X				X				1,2,4
(e) информировать клиентов об услугах, предлагаемых предприятием	X				X				1,2,4
f) применять маркировку продукции, технические термины и обычные торговые описания, в том числе на иностранных языках, для товаров и услуг	X				X				1,2,4,6,7
2. Презентация товаров и рекламные мероприятия		X			X	X	X		2,3,4,5,9,12
а) разрабатывать и внедрять концепции привлекательной презентации товаров с учетом формы работы, продажи и хранения, ассортимента товаров и целевых групп, общих правил презентации товаров, размещения товаров, а также психологических выводов по продажам.		X			X		X		4,5,12

(b) выбирать зоны выкладки в соответствии с аспектами стимулирования сбыта и размещать и представлять товары способом стимулирования сбыта, используя обычные средства оформления		X			X				4,5
---	--	---	--	--	---	--	--	--	-----

с) вносить изменения в цены в рамках операционных и законодательных требований		X			X	X	X		2,3,4,5,9,12
д) использовать рекламные материалы и средства рекламы с учетом законодательной базы и требований компании		X			X				4,5
е) информировать клиентов о рекламных мероприятиях		X			X		X		4,5,12
ф) планировать, проводить и оценивать наблюдения за конкурентами, предлагать улучшения для собственного бизнеса		X			X	X	X		4,9,12
ж) разрабатывать, обосновывать и внедрять предложения по улучшению презентации товаров		X			X		X		4,5,12
3. Расчет цены		X			X	X			4,6,7,8,9
(а) выполнять расчеты для поиска поставщиков и расчета цен		X				X			6,9
б) осуществлять выдачу призов в рамках операционных и правовых требований.		X			X	X			4,7,9
с) Возможности ценообразования при расчете принимать во внимание		X				X			9
д) разрабатывать предложения по изменению цен и последствия изменения цен для продаж, оборота и Оценить доходность		X				X			8,9
4. Контроль запасов		X				X			7,8,10
(а) точно и оперативно регистрировать движение товаров в системе управления запасами, используя информационные системы и соблюдая требования безопасности		X				X			7,8
(б) оказывать помощь в управлении запасами и продажами с использованием товарной экономической системы		X				X			7,8
с) Проверять квитанции и принимать соответствующие меры в случае расхождений.		X				X			7,8

(d) проверка запасов на предмет их количества и качества		X				X			7,8
--	--	---	--	--	--	---	--	--	-----

е) оказывать помощь в подготовке и проведении инвентаризации, соблюдать законодательные положения и использовать рабочие и организационные инструменты.		X				X			7,8
ф)Примите меры, чтобы избежать расхождений в инвентаризации.		X				X			7,8
(g) принимать обычные меры в случае отклонения от нормы запасов, в частности, из-за поломки, порчи, усушки и кражи		X				X			4,7,8,10
5. Получение и хранение товаров		X				X			7
а) Проверьте количество товара и упаковку на наличие повреждений при транспортировке и, при необходимости, примите обычные меры.		X				X			7
б) проверять товарные чеки и грузовые документы с учетом спецификаций компании		X				X			7
с)правильно хранить и ухаживать за товарами		X				X			7
(d) использовать и обслуживать приспособления для перемещения грузов с учетом эргономических требований		X				X			7
(е) соблюдать принципы хранения, проводить проверку запасов		X				X			7
ф)Оцените складские коэффициенты и определите возможности оптимизации.		X				X			7
g) учитывать экономические и экологические требования на складе и при работе с упаковкой, в частности, экономно расходовать энергию		X				X			7
6. Продажа товаров	X					X	X		1,2,3,10,13

а) обращаться к клиентам в дружелюбной и услужливой манере, отдавая приоритет другой работе, использовать вербальные и невербальные формы общения и реагировать на поведение клиента способом, соответствующим ситуации.	X				X	X			2,10
b) пожелания клиентов в	X				X	X			2,10

Выявлять информацию, давать советы и вести переговоры о продаже, используя технику вопросов и беседы, делать предложения и отвечать на возражения и аргументы клиентов в манере, способствующей продажам.									
с) применять знания о товарах при обсуждении с покупателями	X				X	X			2,10
d) предлагать дополнительные, запасные и дополнительные статьи, а также услуги и способствовать принятию решения о покупке	X				X	X			2,10
(е) продавать товары, ориентируясь на клиента и обслуживание, учитывая форму работы и продажи и соблюдая требования законодательства, тем самым способствуя повышению лояльности клиентов	X				X	X			2,10
f) надлежащим образом реагировать на жалобы, рекламации и запросы об обмене, учитывать при их рассмотрении правила компании и сотрудничать в надлежащем разрешении конфликтов	X				X	X			2,3,10
ж) размышлять, оценивать и улучшать собственное поведение в сфере продаж	X				X	X	X		2,10,13
7. Касса зоны обслуживания	X					X			3
a) подготовка и эксплуатация кассового аппарата в соответствии с инструкциями компании по обналичиванию денежных средств	X					X			3
b) оценить кассовую зону с точки зрения эргономики и соответствующим образом скорректировать свое поведение	X					X			3
с) обрабатывать наличные и безналичные платежи, учитывая ценовые скидки и соблюдая меры предосторожности при приеме платежей	X					X			3

d) Создавать чеки на покупки и обрабатывать обмены и жалобы на кассе.	X					X			3
е) общаться с клиентами, ориентируясь на обслуживание, при кассовом обслуживании, справляться со стрессовыми ситуациями. предложения в кассе бе...	X					X			3

wältigen								
f)осуществлять учет наличности, составлять кассовый отчет, передавать квитанции и ваучеры и определять причины расхождений в наличности.	X					X		3
8. Процессы розничной торговли			X		X	X	X	1,2,3,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14
a) представить организацию, услуги и задачи в цепочке создания стоимости тренинговой компании. место			X		X	X	X	1,8,11
b) классифицировать основные процессы розничной торговли - закупки, формирование ассортимента, логистические процессы и продажи - в цепочке создания добавленной стоимости, обосновать взаимодействие, оценить взаимосвязи и интерфейсы, определить слабые места и источники ошибок и разработать улучшения для проектирования процессов. Предложить встречу			X		X	X	X	1,8,11
c) Обосновать возможности оптимизации на стыках с поставщиками и производителями с точки зрения продаж и разработать предложения по их реализации.			X			X		6,7,8,11
d) разрабатывать рабочие процессы продаж с целью ориентации на клиента и с учетом взаимодействия с другими процессами розничной торговли			X		X	X	X	2,3,8,10,11,13
e) использовать вспомогательные процессы бухгалтерского учета, управления персоналом, брендинга, IT-приложений и анализа управления товарами в своей сфере деятельности и вносить предложения по оптимизации сотрудничества.			X		X	X	X	5,7,8,11,12,13

f) поддерживать контроллинг как инструмент информации и контроля и использовать результаты контроллинга			X			X	X		8,9,11
g) разрабатывать и внедрять меры по обеспечению качества			X			X	X		8,11

h) вносить вклад в реализацию корпоративных целей в области устойчивого развития			X			X	X		8,11,14
Раздел В: профиль профессии, определяющий навыки, знания и умения в факультативных квалификациях согласно § 5 (3); один из них должен быть указан в договоре на обучение:									
9. Обеспечение присутствия ва- тер			X			X			3,6,7,8
a) проверять поступающие товары на соответствие законодательным нормам и требованиям компании, регистрировать их в информационной системе компании и инициировать обычные меры в случае выявления отклонений			X			X			7
b) документировать любые дефекты, выявляемые при получении товара, в соответствии с законодательными и обычными положениями о получении товара.			X			X			7
c) регистрировать жалобы, в частности на поломки, порчу и усушку, а также координировать и осуществлять соответствующие меры с внутренними и внешними поставщиками.			X			X			6,7
d) Определить оптимальные уровни, проанализировать последствия слишком высоких и слишком низких уровней и вывести предложения.			X			X			7,8
e) контролировать и отслеживать движение товаров с помощью системы управления товародвижением			X			X			7,8
f) мониторинг наличия предложения товаров с учетом сезонных факторов, факторов влияния, связанных со спросом, действиями и частотой, а также региональных особенностей, и инициирование соответствующих мер в случае необходимости			X			X			3,6,7
g) Внедрять меры по управлению качеством при обслуживании ла- геря.			X						7
10. консультирование клиентов			X			X	X		1,2,3,6,9,10

а)проводить переговоры по продажам и консультированию, ориентируясь на успех, применяя глубокие знания из области продукции, включающей не менее двух групп товаров		X			X	X			2,10
---	--	---	--	--	---	---	--	--	------

b) Информировать покупателей о характеристиках, определяющих качество и цену, а также связанных с устойчивостью, и о возможных вариантах использования изделий и сортов.		X			X	X			2,9,10
c) подчеркивать различия между брендами производителя и частными марками в ходе продаж и консультаций.		X			X	X			2,6,9,10
d) Подчеркните важность качества и кэшбэка в продажах и консультационных беседах.		X			X	X			2,6,10
e) Наблюдать за тенденциями и текущими событиями и использовать их в качестве аргумента для продаж.		X			X	X			2,6,10
f) Выявлять покупательские мотивы и желания клиентов, наблюдая, активно слушая и задавая вопросы, и учитывать их в ходе продаж и консультаций.		X			X	X			2,10
g) различать типологии и поведенческие модели клиентов и применять их в стимулировании продаж в индивидуальных продажах и консультационных беседах.		X			X	X			2,10
h) Определять причины конфликтов, справляться с эмоциональными ситуациями и стрессовыми ситуациями в продажах и применять стратегии работы с трудными клиентами.		X			X	X			2,10
i) решать особые случаи в продажах, применяя правовые и операционные нормы		X			X	X			2,3,10
j) объяснить важность успешной деятельности по продажам с точки зрения оборота, прибыли, удовлетворенности клиентов и их лояльности, принимая во внимание необходимость		X			X	X			1,2,3,10

командной работы.									
к) обрабатывать обмены, жалобы и претензии, действуя с ориентацией на клиента и применяя правовые и операционные требования		X			X	X			2,3,10

11. данные кассового аппарата и обслуживание клиентов					X				2,3,10
a) Обращение к покупателям на кассе в манере, соответствующей ситуации		X			X				3
b) предлагать услуги клиентам в процессе оформления заказа		X			X				3
с)осуществлять кассовые операции в соответствии с системой и учитывать важность кассового аппарата для контроля потока данных и товаров.		X			X				3
d) Оценивать кассовые отчеты, в частности, в отношении статей, средств оплаты, использования персонала и мер по стимулированию сбыта.		X			X				3
e) работать с обментами, жалобами и претензиями, действуя с ориентацией на клиента и применяя правовые и операционные требования		X			X				2,3,10
f)подготовить перевозку денег и обеспечить наличие сдачи на основе кассового учета.		X			X				3
g) в случае неисправностей в системе кассовых аппаратов, инициировать меры по резервному копированию данных и восстановлению функциональности		X			X				3
12. реклама и стимулирование сбыта					X	X	X		4,5,8,9,10,11,12
a) Оцените взаимосвязь между средствами рекламы и рекламными носителями, а также между затратами на рекламу и успехом рекламы.		X			X				5
b) Выбирать и использовать средства рекламы и рекламные носители с учетом целей и затрат.		X			X				4,5
с) Оценить последствия мер ценовой политики и вывести предложения.		X			X	X			5,8,9
d) Осуществлять меры по визуальному стимулированию продаж и учитывать ожидания клиентов.		X			X				4,5

(е) апеллировать к различным чувствам при презентации товаров и ориентироваться на продажи. Психологические аспекты бе...		X			X				4,5
--	--	---	--	--	---	--	--	--	-----

принимать во внимание									
f) использовать меры по обслуживанию клиентов для продвижения успеха продаж		X			X	X			2,3,10
ж) планировать, осуществлять и оценивать действия по повышению лояльности клиентов		X			X	X	X		2,3,5,10,12
h) Проведение проверок успешности рекламы и выработка предложений по ее улучшению.		X			X	X	X		5,8,11,12
Раздел С: профессиональный профиль-определяющие навыки, знания и умения в элективных квалификациях согласно § 5 (4); три из них должны быть показаны в договоре на обучение, в том числе, по крайней мере, один из текущих Номера от 1 до 3:									
1. Консультирование клиентов в сложных ситуациях			X		X	X	X		2,3,10,13
a) применить глубокие знания о товарной области, включающей не менее двух товарных групп, в ходе консультационного интервью, тем самым давая обещания о результатах деятельности компании Представлять интересы клиентов			X			X			10
b) Определять покупательские мотивы и желания клиентов, наблюдая, активно слушая и задавая вопросы, и применять их в продажах и консультациях. принимать во внимание			X			X			10
c) использовать коммуникативные техники в консультационном интервью для повышения удовлетворенности клиентов.			X			X			10
d) Размышлять о самовосприятии и образе других людей и учитывать это в общении.			X			X			10

е) Информировать покупателей о характеристиках, определяющих качество и цену, а также о возможных вариантах использования товара.			X		X	X			2,10
f) Выделите характеристики брендов производителей и розничных брендов в консультационном интервью.			X		X	X			2,10

g)подчеркивать важность качества и маркировки товаров в консультационных беседах			X		X	X			2,10
h)оценивать безопасность для здоровья и окружающей среды, а также экологичность товаров и информировать об этом покупателей			X		X	X			2,10
i)Убедительно парировать возражения клиентов и способствовать завершению продажи.			X		X	X			2,3,10
j) Наблюдать за тенденциями и текущими событиями и использовать их в качестве аргумента для продаж.			X		X	X			2,10
к)Использовать источники информации для приобретения знаний, связанных с товарами.			X		X	X			2,10
l)Информировать клиентов о правовых и оперативных правилах возврата, а также об экологических способах утилизации товаров.			X		X	X			2,10
m)Разрешать обмены, жалобы и претензии, даже в сложных ситуациях, применяя юридические и операционные правила, представляя интересы компании и действуя ориентированно на клиента.			X		X	X			2,3,10
n)анализировать причины конфликтов в ситуациях продаж и делать выводы для будущих переговоров по продажам.			X		X	X	X		2,10,13

о)Определять факторы, провоцирующие стресс, и применять стратегии управления стрессом.			X		X	X	X		2,10,13
2. Закупка товаров			X			X	X		6,7,8,11

a) потребности в товарах для учебного ассортимента, принимая во внимание ключевые показатели системы управления запасами и релевантные будущие продажи Определите события			X			X	X		6,7,8,11
(b) распределять товары, принимая во внимание процедуры заказа и условия поставки			X			X			6
с)контролировать соблюдение договорных и платежных условий из договоров о закупках и инициировать соответствующие меры в случае отклонений			X			X	X		6,8,11
(d)принимать и оценивать меры по обеспечению комплектности товаров			X			X			6,7
е)Разработать предложения по дизайну ассортимента продукции после оценки экономических данных, обращая особое внимание на оборот, торговую наценку, качество, тенденции, целевые группы, местоположение, устойчивость и конкурентную ситуацию,			X			X	X		6,7,8,11
(f) оказывать помощь в вывозе и повторном ввозе товаров			X			X	X		6,7,8,11
3. Контроль запасов			X			X	X		7,8,11
(a) составлять, вести и оценивать статистику запасов			X			X	X		7,8,11
b) Анализировать показатели запасов и оборота и использовать соответствующие статистические данные.			X			X	X		7,8,11
с)Разработка мер по увеличению оборота, повышению прибыли и оптимизации портфеля, а также разработка и внедрение предложений по их реализации			X			X	X		7,8,11

d) Контролировать запасы товаров, ориентируясь на прибыль, с учетом предложений по заказам системы управления товарами.			X			X	X		7,8,11
---	--	--	---	--	--	---	---	--	--------

е) Выявление причин расхождений в инвентаризации, разработка предложений по мерам, позволяющим избежать расхождений в инвентаризации, и содействие в их реализации.			X			X	X		7,8,11
4. Коммерческое управление и контроль			X			X	X		7,8,9,11,13
а) Проанализируйте результаты учета затрат и деятельности и сделайте выводы.			X			X	X		8,9,11
б) Проанализировать результаты отчета об операционной прибыли и разработать возможности для улучшения, в частности, в отношении валовой прибыли.			X			X	X		8,9,11
с) Создание и оценка статистических данных			X			X	X		7,8,11
д) определять и оценивать ключевые операционные показатели, делать выводы, предлагать меры и участвовать в их реализации			X			X	X		8,11
е) оценить влияние различных факторов, в частности, ценообразования, запасов и затрат, на калькуляцию себестоимости и доходы.			X			X	X		8,11
ф) предлагать меры по улучшению операционных рабочих процессов и участвовать в их реализации			X			X	X		8,11,13
5. маркетинговые мероприятия			X		X		X		4,5,11,12
а) анализировать и оценивать рыночную ситуацию на месте с особым учетом экономических и региональных аспектов			X				X		12
б) оценивать присутствие на рынке конкурентов в стационарной торговле и торговле через Интернет, разрабатывать и обосновывать предложения по маркетинговым мерам с учетом требований законодательства о конкуренции.			X				X		12

с) Использовать инструменты наблюдения за рынком, результаты маркетинговых исследований покупательского поведения Оценивать и вносить предложения			X				X		12
--	--	--	---	--	--	--	---	--	----

выводить и обосновывать использование инструментов брендинга								
d) Различать информационное и покупательское поведение целевых групп, выводить последствия, предлагать меры и участвовать в их реализации.			X			X		12
e) разрабатывать и внедрять меры по стимулированию сбыта с учетом сильных и слабых зон продаж и с учетом операционных требований			X		X	X		4,5,12
f) Планируйте и осуществляйте размещения в торговом зале и оценивайте их эффект.			X		X	X		4,5,12
g) использовать информацию о продукте для продвижения продаж, ориентируясь на клиента			X		X	X		4,5,12
h) подготавливать, проводить и оценивать обзоры эффективности работы и извлекать предложения по ее улучшению			X			X		11,12
6. Онлайн-торговля			X		X	X	X	2,5,6,7,8,11,12
a) Соблюдать требования законодательства при управлении интернет-магазином.			X		X	X		5,6,7,12
b) Рассмотреть взаимодействие между онлайн-торговлей и стационарными продажами			X		X	X		5,6,7,12
с) ведение каталога товаров в интернет-магазине			X			X		12
d) Использовать инструменты онлайн-маркетинга и оценивать рейтинг в поисковых системах.			X		X	X		1,12
e) консультировать клиентов по вопросам онлайн-покупок			X		X	X		2,12
f) Оценить обратную связь от покупателей в розничной торговле через Интернет и использовать ее для выработки предложений по улучшению многоканальной стратегии компании.			X			X		12

ж) Определите и оцените ключевые показатели для интернет-магазина.			X			X	X		8,11,12
(h) меры по улучшению Ассортимент продукции составляет			X			X	X		5,6,7,12

Компания предлагает ряд продуктов и услуг, логистических процессов и маркетинговых мер в рамках многоканальной стратегии.								
i) продолжать развивать онлайн-торговлю с поставщиками ИТ-услуг и инициировать меры по устранению неполадок.			X			X		12
7. Управление сотрудниками и -развитие			X		X	X		1,13,14
a) Разработка планов действий по развитию персонала на основе оперативных целей, проверка достижения целей и внесение корректировок.			X			X		13,14
b) рассмотреть важность мотивации и ответственности в управлении персоналом,			X			X		13,14
с) Проводить и анализировать ориентированные на результат обсуждения с персоналом и командные собрания.			X			X		13,14
d) Размышлять о влиянии вербальной и невербальной коммуникации, а также о различиях между самовосприятием и образом других людей и использовать их в управлении персоналом.			X			X		13
e) применять методы разрешения конфликтов для улучшения мотивации, рабочего климата и производительности труда			X			X		13
f) использовать методы управления собой и временем			X		X	X		1,13
ж) конструктивно поддерживать сотрудников в их работе и способствовать сотрудничеству в коллективе.			X			X		13
h) разрабатывать и внедрять меры по развитию персонала на основе планирования развертывания персонала и потребностей в персонале, а также на основе требований к потенциалу и квалификации сотрудников			X			X		13,14

i) Составление расписания работы персонала			X			X		13
j) трудовое и социальное право Правила для персонала			X		X	X		1,13

Применять планирование и укомплектование штата									
8. Подготовка к предпринимательской самостоятельности			X				X		12,13,14
a) Оцените возможности и риски для торговой компании, разработайте бизнес-концепцию с учетом инноваций.			X				X		14
b) Оценить данные маркетинговых исследований и анализа местоположения и использовать их для разработки концепции бизнеса.			X				X		12,14
с) критически осмыслить личные и профессиональные компетенции для предпринимательской автономии.			X				X		14
d) выбрать подходящую юридическую форму для предприятия и подготовить, представить и обосновать бизнес-план.			X				X		14
e) Определение кадровых потребностей и выбор вариантов набора персонала			X				X		13,14
f) планировать финансы компании, принимая во внимание источники финансирования и возможности финансирования			X				X		14
g) учитывать необходимые страховые и налоговые обязательства в процессе планирования.			X				X		14
h) Использовать ключевые показатели оценки компании, выводите из них меры и принимать во внимание устойчивое развитие.			X				X		11,14
Раздел D: Навыки, знания и способности, которые должны преподаваться интегративно в рамках элективных квалификаций									
9. Профессиональное обучение, нормы трудового и социального права	X					X		X	1,13

а) описать основное содержание и компоненты договора на обучение, определить права и обязанности, вытекающие из договора на обучение, и описать задачи участников дуальной системы	X				X				1
б) Сравните план обучения компании с правилами обучения.	X				X				1

с) соблюдать трудовое, социальное законодательство и законодательство о совместном определении, а также правила коллективных переговоров и рабочего времени, применимые к рабочей зоне	X				X		X		1,13
д) объяснить позиции собственного учета заработной платы	X				X		X		1,13
е) обосновывать возможности и требования непрерывного образования для профессионального и личностного развития и дальнейшего развития собственных компетенций	X				X		X		1,13
ф) применять методы обучения и работы, а также методы самонаправленного обучения и использовать профессионально значимые источники информации.	X				X		X		1,13
ж) Представлять возможности карьерного роста и дальнейшего развития.	X				X		X		1,13
10. значение и структура розничной торговли и учебного предприятия	X				X		X		1,12
а) Объясните функцию розничной торговли для экономики в целом и для общества.	X				X				1
б) Объясните организационно-правовую форму и организационную структуру тренинговой компании с ее задачами и обязанностями, а также взаимосвязи между бизнес-процессами.	X				X				1
с) оценить влияние местоположения, формы работы и продаж, каналов распределения, ассортимента и ценообразования, а также оформления торгового зала на положение тренинговой компании на рынке.	X				X		X		1,12
11 Информация и коммуникация	X				X	X	X		1,2,3,5,6,7,8,10,11,12,13
а) Формировать сотрудничество в компании на основе уважительного, благодарного и	X				X	X	X		1,2,5,6,7,8,13

доверительного отношения в коллективе.									
b) Обосновать необходимость планирования оперативного персонала и внести свой вклад в его реализацию.	X				X		X		1,2,13
с) Соответствующая обратная связь	X				X	X	X		1,2,5,6,7,8,11,13

Отдавать и принимать									
d) Выявлять причины конфликтов и проблем в общении и способствовать их разрешению.	X				X		X		2,3,13
e) использовать информационные и коммуникационные системы	X				X	X	X		2,5,6,7,8,10,11,13
f) записывать, защищать и поддерживать данные с использованием стандартных операционных процедур, соблюдать защиту данных и безопасность данных	X				X	X	X		2,5,6,7,8,10,11,12,13
12. безопасность и Охрана здоровья на рабочем месте	X	X			X				1
a) выявлять опасности для безопасности и здоровья на рабочем месте и принимать меры по их предотвращению	X	X			X				1
b) применять правила охраны труда и предотвращения несчастных случаев.	X	X			X				1
c) описать поведение в случае несчастных случаев и принять первые меры	X	X			X				1
d) применять правила превентивной противопожарной защиты; описывать поведение в случае пожара и принимать меры по борьбе с огнем	X	X			X				1
13. охрана окружающей среды Для того чтобы избежать производственного загрязнения окружающей среды в сфере влияния профессии, необходимо принять следующие меры нести, в частности	X	X			X	X			1,5,6,7
a) на примерах объяснить возможное воздействие учебной компании на окружающую среду и ее вклад в охрану окружающей среды	X	X			X	X			1,5,6,7
b) применять правила охраны окружающей среды, применимые к учебной компании	X	X			X	X			1,5,6,7,14

с)Использовать возможности экономичного и экологически чистого использования энергии и материалов.	X	X			X	X			1,5,6,7,14
d) Избегать отходов; утилизировать вещества и материалы экологически безопасным способом.	X	X			X	X			1,5,6,7