



**KULTUSMINISTER
KONFERENZ**

РАХМЕНЕЛЬСЬКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

для учнівських професій

Роздрібний продавець і продавець-консультант

Продавець і продавець-консультант

(Резолюція Конференції міністрів освіти і культури від 17.06.2004 зі змінами від 16.09.2016)

Graurheindorfer Strasse 157 -
53117 Bonn
Поштова скринька 22 40 -
53012 Бонн
Тел.: 0228 501-0

Частина I: Попередні зауваження

Ця рамкова навчальна програма для професійного навчання у професійно-технічних навчальних закладах була прийнята Постійною конференцією міністрів і сенаторів у справах освіти і культури земель (КМК).

Рамкова навчальна програма узгоджена з відповідними федеральними положеннями про навчання (виданими Федеральним міністерством економіки та праці або іншим компетентним міністерством за погодженням з Федеральним міністерством освіти та досліджень). Процедура узгодження регулюється "Протоколом про спільні результати від 30.05.1972". Рамкова навчальна програма в основному базується на атестаті про повну загальну середню освіту і описує мінімальні вимоги.

У випадку закріплених професій рамкова навчальна програма поділяється на базову підготовку, що охоплює широкий спектр професійних сфер, та спеціалізовану підготовку, що ґрунтується на ній.

На основі правил навчання та рамкової навчальної програми, які регулюють цілі та зміст професійного навчання, присвоюється кінцева кваліфікація за визнаною навчальною професією, а також - у поєднанні з навчанням з інших предметів - атестат про закінчення професійно-технічного навчального закладу. Це створює необхідні передумови для кваліфікованого працевлаштування, а також для вступу на курси підвищення кваліфікації та перепідготовки.

Рамкова навчальна програма не містить жодних методологічних специфікацій для викладання. Незалежне та відповідальне мислення і дії як головна мета освіти бажано викладати в тих формах навчання, в яких це є частиною загальної методологічної концепції. В принципі, будь-який методичний підхід може сприяти досягненню цієї мети; методи, які безпосередньо сприяють розвитку компетентності діяти, є особливо придатними і тому повинні бути належним чином враховані при розробці уроків.

Землі приймають рамкову навчальну програму безпосередньо або імплементують її у власні навчальні програми. У другому випадку вони забезпечують збереження результату предметної та часової узгодженості з відповідними навчальними положеннями, що враховані в рамковій навчальній програмі.

Частина II: Освітня місія професійної школи

Професійна школа та навчальні компанії виконують спільний освітній мандат у дуальному професійному навчанні.

Професійно-технічний навчальний заклад є незалежним місцем навчання. Він працює як рівноправний партнер з іншими сторонами, що беруть участь у професійній освіті та навчанні. Його завданням є передача учням змісту професійної та загальної освіти з особливою увагою до вимог професійної підготовки.

Професійно-технічна школа має на меті надати базову та спеціалізовану професійну освіту, а також поглибити здобуту раніше загальну освіту. Таким чином, вона має на меті дати учням можливість виконувати свої завдання на робочому місці та сприяти формуванню світу праці та суспільства в соціально та екологічно відповідальний спосіб. Вона дотримується положень шкільних законів земель, що застосовуються до цього типу шкіл. Зокрема, професійно-орієнтоване навчання також орієнтується на професійні правила, видані для кожної окремої визнаної державою навчальної професії на єдиній федеральній основі:

- Рамкова навчальна програма Постійної конференції міністрів і сенаторів у справах освіти та культури земель (КМК)
- Федеральні правила навчання для внутрішньофірмового навчання.

Відповідно до рамкової угоди про професійно-технічне училище (постанова КМК від 12.03.2015 р.), метою професійно-технічного училища є..,

- надати професійну майстерність, яка поєднує професійну компетентність із загальними навичками гуманітарного та соціального характеру;
- розвивати професійну гнучкість, щоб відповідати мінливим вимогам у світі праці та суспільстві, в тому числі з огляду на зростаюче об'єднання Європи;
- пробудити бажання займатися професійним розвитком та подальшою освітою;
- сприяти здатності та готовності діяти відповідально у формуванні індивідуального життя та суспільного життя.

Для досягнення цих цілей професійно-технічний навчальний заклад повинен

- орієнтувати викладання на педагогіку, яка відповідає їхнім завданням і наголошує на ручній орієнтації;
- надавати міжпрофесійні та міжгалузеві кваліфікації з урахуванням необхідної професійної спеціалізації;
- забезпечити диференційовану та гнучку освітню пропозицію, щоб задовольнити різні здібності та таланти, а також відповідні вимоги світу праці та суспільства;
- надавати всебічну підтримку та допомогу інвалідам та особам з обмеженими можливостями в межах своїх можливостей;
- вказати на екологічні небезпеки та ризики нещасних випадків, пов'язані з професійною діяльністю та приватним життям, і запропонувати шляхи їх уникнення або зменшення.

Крім того, професійна школа повинна на загальних уроках і, наскільки це можливо в рамках уроків, пов'язаних з професійною діяльністю, вирішувати ключові проблеми сучасності, такі як

- Робота і безробіття,
- мирне співіснування людей, народів і культур у світі, що зберігає культурну самобутність,
- Збереження природної основи життя та
- Забезпечення прав людини

Заходьте.

Перелічені цілі спрямовані на розвиток діяльнійної компетентності. Під цим розуміється готовність і здатність особистості поводитися належним чином, продумано, індивідуально і соціально відповідально в соціальних, професійних і приватних ситуаціях.

Діяльнійна компетентність розгортається у вимірах професійнійної компетентності, особистісної компетентності та соціальной компетентності.

Професійна компетентність - це готовність і здатність цілеспрямовано, адекватно, методично і самостійно вирішувати завдання і проблеми на основі професійних знань і навичок та оцінювати результат.

Особистісна компетентність - це готовність і здатність з'ясовувати, обмірковувати та оцінювати можливості розвитку, вимоги та обмеження в сімейному, робочому та суспільному житті як особистості, розвивати власні таланти, складати та розвивати життєві плани. Вона включає в себе такі особистісні якості, як незалежність, критичні здібності, впевненість у собі, надійність, почуття відповідальності та обов'язку. Вона також включає, зокрема, розвиток добре продуманих цінностей і самостійну відданість цінностям.

Соціальной компетентність означає готовність і здатність жити і формувати соціальной відносини, розуміти увагу і напруженість, а також раціонально і відповідально взаємодіяти і спілкуватися з іншими людьми. Це, зокрема, включає розвиток соціальной відповідальності та солідарності.

Методологічна та навчальной компетентність виростають із збалансованого розвитку цих трьох вимірів.

Компетентність - це успіх у навчанні, пов'язаний з особою, яка навчається, та її здатністю діяти під власну відповідальність у приватних, професійних і суспільних ситуаціях. На відміну від цього, кваліфікація розуміється як успіх у навчанні з точки зору корисності, тобто з точки зору затребуваності в приватних, професійних і суспільних ситуаціях (див. Німецька рада з питань освіти, Рекомендації Комісії з питань освіти щодо реорганізації II рівня середньої освіти).

Частина III: Дидактичні принципи

Мета професійної освіти і навчання вимагає, щоб викладання було орієнтоване на педагогіку, пристосовану до завдань професійної школи, яка підкреслює орієнтацію на дію і дозволяє молодим людям самостійно планувати, виконувати і оцінювати робочі завдання в рамках своєї професійної діяльності.

Навчання у професійно-технічному навчальному закладі в основному відбувається у зв'язку з конкретними професійними діями, а також у різноманітних розумових операціях, включаючи розумове осмислення дій інших людей. Це навчання, перш за все, пов'язане з рефлексією над виконанням дій (план дій, процес, результати). Завдяки такому вдячному проникненню в професійну діяльність створюються передумови для навчання під час і поза роботою. Для рамкової навчальної програми це означає, що опис цілей і відбір змісту пов'язані з професією.

На основі теорії навчання та дидактичних висновків, у прагматичному підході до розробки уроків, орієнтованих на дію, згадуються наступні моменти, на які слід орієнтуватися:

- Дидактичні орієнтири - це ситуації, які є значущими для професійної практики (навчання для дії).
- Відправною точкою навчання є дія, по можливості виконана самостійно або подумки відтворена (навчання через дію).
- Дії повинні плануватися, виконуватися, перевірятися, коригуватися, якщо необхідно, і, нарешті, оцінюватися учнями якомога більш самостійно.
- Дії повинні сприяти цілісному розумінню професійної реальності, тобто включати технічні, безпекові, економічні, правові, екологічні та соціальні аспекти.
- Дії мають бути інтегровані в досвід учнів та обмірковані з точки зору їхнього соціального впливу.
- Дії також повинні включати соціальні процеси, наприклад, декларування інтересів або управління конфліктами.

Діяльнісно-орієнтоване навчання - це дидактична концепція, яка пов'язує предметну та діяльнісну структури системи. Вона може бути реалізована за допомогою різних методів навчання.

Навчання, яке пропонує професійно-технічна школа, орієнтоване на молодь і дорослих, які відрізняються за рівнем попередньої освіти, культурним походженням і досвідом від тих, хто навчається на підприємствах. Професійно-технічні навчальні заклади можуть виконати свій освітній мандат лише тоді, коли вони беруть до уваги ці відмінності та підтримують учнів, у тому числі з неблагополучних сімей або особливо обдарованих учнів, відповідно до їхнього індивідуального потенціалу.

Частина IV: Попередні зауваження, пов'язані з роботою

Цей рамковий навчальний план для програм професійної підготовки продавців і продавщиць узгоджений з Постановою про програми професійної підготовки продавців і продавщиць від 13 березня 2017 року (BGBl. I, с. 458).¹

Рамкова навчальна програма для навчання професії "Продавець роздрібною торгівлі" (постанова КМК від 3 березня 1987 року) скасовується цією рамковою навчальною програмою.

Роздрібні продавці та продавці-консультанти в основному продають товари, пропонують клієнтам консультації та послуги, а також використовують системи управління товарами. Вони також можуть бути задіяні в обслуговуванні кас, закупівлі товарів, прийманні товарів, управлінні запасами, брендингу, управлінні людськими ресурсами та взаємодії онлайн і стаціонарної торгівлі.

Навчальні області з їх цільовими формулюваннями ґрунтуються на зразкових сферах діяльності. Вони повинні бути реалізовані дидактично і методично таким чином, щоб привести до професійної компетентності. Цільові формулювання описують рівень кваліфікації в кінці навчального процесу. Доповнені змістом, вони складають мінімальний обсяг компетентностей, яких необхідно навчити.

У формулюваннях цілей переплітаються предметні та системні посилання на дії. Вони також інтегрують використання сучасних засобів масової інформації, сучасної офісної комунікації та професійного програмного забезпечення для отримання та обробки інформації. На це в рамковій навчальній програмі передбачено щонайменше 80 навчальних годин. Цілі та зміст іноземної мови інтегровані в навчальні галузі з 40 годинами.

Розташування навчальних областей відповідає ідеї поділу на дві навчальні професії - роздрібною продавця та продавця-консультанта. Навчальні області першого року навчання стосуються продажу товарів та необхідної для цього клієнтоорієнтованості. Наступні навчальні напрямки на другому році навчання зосереджуються на допоміжних сферах діяльності, пов'язаних із закупівлями, зберіганням та обробкою даних, а потім знову повертаються до клієнтоорієнтованості. Навчальні дисципліни третього року навчання стосуються більш широких робочих ситуацій, які відповідають профілю підготовки продавця в роздрібній торгівлі.

Необхідні знання про товари залежать від асортименту, а також від форми експлуатації та продажу. У ПТНЗ на прикладах окремих товарів навчають методам набуття знань про товари і, таким чином, здатності ознайомлення з новими асортиментами товарів. Зміщення акценту з функції документування на функцію управління та контролю послідовно здійснюється в рамковій навчальній програмі при розвитку практичних компетенцій в бухгалтерському обліку.

Виміри сталого розвитку - економічні, екологічні та соціальні - поширюються на всі сфери діяльності в роздрібній торгівлі та інтегровані в навчальні дисципліни. Вони пропонують різноманітні нагоди для посилань на економічну та товарну етику.

¹ У зв'язку з реорганізацією Положення про професійне навчання у сфері роздрібною торгівлі за професіями "Продавець" та "Продавець-консультант" від 16 лютого 2004 року (Бюлетень федеральних законів I, с. 1806) у рамковій навчальній програмі було адаптовано навчальну галузь 12, а також внесено незначні доповнення до навчальних галузей 3, 5, 10 та 14.

Частина V: Навчальні галузі

Огляд навчальних галузей для навчальних професій Роздрібний продавець і продавець, продавець і продавець, продавець і продавець				
Галузі навчання		Рекомендації щодо часу в годинах		
		Рік 1	Рік 2	Рік 3
1	Роздрібна компанія представляє рен	80		
2	Проводити переговори про продаж в клієнтоорієнтованій манері	80		
3	Доглядайте за клієнтами в зоні обслуговування на касі	80		
4	Наявні товари	40		
5	Рекламуйте та стимулюйте продажі	40		
6	Закупівля товарів		60	
7	Отримання, зберігання та обслуговування товарів		60	
8	Записуйте та контролюйте бізнес-процеси		60	
9	Підготувати заходи цінової політики та здійснювати		40	
10	Опанування особливих ситуацій у продажах		60	
11	Контроль бізнес-процесів, орієнтований на успіх			80
12	Завойовуйте клієнтів за допомогою маркетингових концепцій і зв'язати			80
13	Планування розміщення персоналу та управління співробітниками			60
14	Займайтеся роздрібною торгівлею та розвиватися			60
	Всього (880 годин загалом)	320	280	280

<p>Навчальна зона 1: роздрібної торгівлі рік навчання годин</p>	<p>Підприємство Представляє 1-й Орієнтовний час: 80</p>
<p>Наведення на ціль:</p> <p>Учні презентують навчальну компанію. З огляду на свою професійну діяльність та можливості подальшого розвитку, вони презентують ключові сфери діяльності та напрямки роботи своєї роздрібної компанії. Вони пояснюють місію компанії, економічні та екологічні цілі, а також загальну соціальну відповідальність компанії. Самостійно отримують інформацію про компанію, в якій проходять стажування, та підтримують її в актуальному стані. Вони розробляють можливості для отримання доступної інформації також про інші підприємства. Вони оцінюють обрану форму підприємства у зв'язку з асортиментом продукції та формою продажу і порівнюють свої навчальні підприємства. Описують організацію свого підприємства та його інтеграцію в загальну економіку. Під час підготовки презентації вони самостійно працюють над завданнями в групі та застосовують методи вирішення проблем. Вони розмірковують над взаємодією персоналу в роздрібній торгівлі та розглядають нормативно-правові акти, а також завдання, права та обов'язки учасників дуальної системи професійного навчання. Беручи до уваги колективні переговори в роздрібній торгівлі, учні оцінюють значення колективних договорів та роль соціальних партнерів у їх укладанні. Вони розмірковують над положеннями закону про спільне визначення. Вони визнають необхідність соціального страхування та приватного забезпечення у Федеративній Республіці Німеччина. Учні презентують і документують результати своєї роботи у структурований і орієнтований на адресата спосіб, використовуючи відповідні засоби масової інформації. Вони засвоюють орієнтацію на клієнта як керівний принцип своєї професійної діяльності.</p>	
<p>Вміст:</p> <p>Техніка роботи та навчання простому економічному циклу Завдання та структура роздрібної торгівлі Охорона праці та навколишнього середовища Організація компанії та робочі процеси Навчальний контракт Захист зайнятості молоді Сталий розвиток Методи презентації</p>	

Навчальна зона 2: переговори годин	Клієнтоорієнтовані 1-й рік навчання Орієнтовний час: 80
Наведення на ціль: Учні проводять переговори про продаж, щоб задовольнити клієнтів і компанію, використовуючи знання про товари, комунікації та продажі. Вони опановують важливі елементи комунікації та техніки продажів, а також методи здобуття необхідних знань про товари. Вони застосовують їх у рольових іграх, демонструючи вербальну та невербальну поведінку, орієнтовану на клієнта. Якщо потрібно, вони надають просту інформацію іноземною мовою відповідно до ситуації. У переговорах про продаж вони використовують свої знання про товари, щоб розробити відповідні аргументи для продажу. Вони також включають в розмову про послуги компанії та належним чином реагують на заперечення клієнтів. Вони роблять альтернативні пропозиції з метою сприяння прийняттю рішення про покупку і доведення її до успішного завершення. Учні створюють каталоги критеріїв для оцінювання ситуацій під час матчів та тренувань. Вони оцінюють ситуації спілкування та продажу і дають відповідний зворотній зв'язок. Вони використовують аудіо- та відеотехніку, зокрема, як допоміжні засоби.	
Вміст: Презентація товару консультативний продаж Співвідношення ціни та якості Додаткові пропозиції Іншомовні технічні терміни типові фрази іноземною мовою	

Навчальна зона 3:

клієнтів у зоні обслуговування касових апаратів 1-й рік навчання

Обслуговування

Орієнтовний час: 80

годин

Наведення на ціль:

Студенти виконують завдання в касовій зоні та привітно й уважно обслуговують клієнтів.

Ви укладаєте договори купівлі-продажу відповідно до правових та операційних норм. У разі необхідності, ви вказуєте клієнтам на використання загальних умов та положень. Пропонують покупцеві послуги на касі та роблять додаткові пропозиції. Учні інформують покупця про поширені способи оплати, їх переваги та недоліки. Вони класифікують способи оплати з точки зору їхньої прибутковості для компанії. Учні обробляють касові операції, беручи до уваги картки та ваучери клієнтів, і працюють з касовим апаратом відповідно до правил компанії. Вони готують квитанції та рахунки-фактури і дотримуються правил податку з продажів. Здійснюють облік готівки, готують касові звіти та оцінюють їх. Для цього вони використовують вже відомі, загальноприйняті методи розрахунку. Вони використовують систему касових апаратів як інструмент для запису даних про продажі в системі управління товарами.

Вміст:

Правоздатність та дієздатність
 Нікчемність та недійсність
 зобов'язань Зобов'язання та
 правочин щодо виконання
 зобов'язань Свобода договору
 Елементи захисту банкнот Правило трьох,
 розрахунок відсотків та середнього
 значення

Навчальна зона 4:	Презентація товарів 1-й рік навчання Базове значення часу: 40 годин
Наведення на ціль: Учні розміщують і презентують товари в орієнтований на клієнта, ефективний з точки зору продажів і економічно обґрунтований спосіб. Вони розробляють критерії привабливої презентації товарів. Учні розробляють концепції презентації товарів, презентують їх та оцінюють на основі розроблених критеріїв. Учні враховують особливості типу бізнесу, форми продажу та асортименту, загальні правила презентації та розміщення товарів, психологію продажів.	
Вміст: Візуальний дизайн магазину Мерчандайзинг Дослідження споживачів Носії товару Поличні зони Етикетування товару Цінова етикетка Вітрини	

Навчальна зона 5:

**Реклама та
стимулювання збуту
1-й рік навчання
Орієнтовний час: 40
годин**

Наведення на ціль:

Учні створюють рекламний план. Вони формулюють власні цінності та поважають цінності інших. Вони розробляють рекламні заходи, дотримуючись принципів реклами та правових норм. Вони також використовують відповідне програмне забезпечення для розробки та використання рекламних засобів. Вони оцінюють використання рекламних заходів у повсякденних продажах. Вони беруть до уваги економічні, правові та етичні обмеження реклами та оцінюють рекламний успіх заходів. Вони зважують використання різних видів реклами з точки зору їхнього впливу на споживачів.

Учні описують та оцінюють типові заходи зі стимулювання збуту. Вони включають послуги як засіб лояльності клієнтів. Вони обирають пакувальні матеріали та способи доставки товарів відповідно до економічних та екологічних аспектів.

Вміст:

Рекламний носій
Кооперативні форми реклами Пряма
реклама
МРГ
Командна робота в рамках
Постанови про пакування

Навчальний простір 6:**Закупівля товарів
2-й рік навчання
Базове значення часу: 60 годин****Наведення на ціль:**

Учні закупають товари, враховуючи економічні, правові та екологічні аспекти. Вони планують процес закупівель на основі даних управління товарами. Для цього вони визначають різні джерела постачання, умови та ціни. Вони готують та укладають контракти на закупівлю за допомогою різних засобів комунікації. Вони беруть до уваги кількісні та якісні аспекти при прийнятті рішень про закупівлі. Вони також використовують системи інформаційних технологій. Вони оцінюють отримані дані та представляють свої результати як основу для прийняття рішень.

Вміст:

Планування кількості, часу та ціни
Форми співпраці у сфері закупівель
Запит, пропозиція, замовлення
Розрахунок закупівлі
Порівняння пропозицій
Система управління товарами

<p>Навчальна зона 7: зберігання та догляд за товарами</p>	<p>Приймання, 2-й рік навчання Базове значення часу: 60 годин</p>
<p>Наведення на ціль:</p> <p>Учні перевіряють надходження товарів і забезпечують належне зберігання. Вони виявляють порушення обов'язків з боку постачальника, документують їх та ініціюють відповідні заходи для їх усунення. Учні спілкуються з постачальниками, вирішуючи проблеми. Вони перевіряють товари на основі квитанцій і реєструють артикули, також використовуючи інформаційно-технологічну систему.</p> <p>Вони зберігають товари та дотримуються важливих принципів зберігання на торговому та/або резервному складі. Учні аналізують ключові показники, проводять розрахунки запасів, оцінюють їх і показують можливості для оптимізації. Вони беруть до уваги економічні, правові та екологічні аспекти на складі та при поводженні з упаковкою.</p>	
<p>Вміст:</p> <p>Матеріальний дефект Повідомлення про дефект Затримка в доставці Мінімальний запас, рівень повторного замовлення Оборотність запасів, період зберігання Інвентаризація, інвентаризація Організація складу Правила зберігання і транспортування, безпека на складі Догляд за товаром</p>	

Навчальна зона 8: та годин	Запис бізнес-процесів 2-й рік навчання Орієнтовний час: 60
Наведення на ціль: <p>Учні фіксують відносини компанії з клієнтами та постачальниками за допомогою потоків інформації, грошей і цінностей та оцінюють їх. Вони обробляють квитанції та систематично документують дані, отримані в результаті операційних процесів, з дотриманням відповідних правових норм. За допомогою цих записів вони представляють майновий і фінансовий стан підприємства, визначають успіх і обговорюють основні фактори, що визначають успіх підприємства роздрібною торгівлі. Учні статистично обробляють дані зі звіту про прибутки та збитки для підготовки операційних рішень. Вони перевіряють записані дані про товари, визначають ключові показники та оцінюють їх у часі та оперативному порівнянні. При цьому вони застосовують методи комерційних розрахунків і використовують відповідне програмне забезпечення в якості документації та інформаційного інструменту.</p>	
Вміст: Бізнес-кейси Баланс Звіт про прибутки та збитки Статистика системи управління товарами Собівартість реалізованої продукції, валовий прибуток, коефіцієнти оборотності	

<p>Навчальна область 9: впровадження заходів цінової політики годин</p>	<p>Підготовка та 2-й рік навчання Відведений час: 40</p>
<p>Наведення на ціль:</p> <p>Учні готують та впроваджують заходи цінової політики в роздрібному бізнесі. Вони самостійно і відповідально організують своє навчання та використовують відповідне програмне забезпечення. Учні працюють разом ефективно та у співпраці. Вони знають важливість ціни продажу як інструменту збутової політики. Вони класифікують цінову політику в корпоративних цілях своєї тренінгової компанії. Визначають внутрішні та зовнішні фактори впливу на ціни. Вони розрізняють ціноутворення, орієнтоване на витрати, орієнтоване на попит і орієнтоване на конкуренцію. Учні розраховують ціни та застосовують скорочені процедури розрахунку. Вони оцінюють різні стратегії ціноутворення. Вони описують причини різної поведінки попиту, також беручи до уваги соціальні/економічні зміни.</p>	
<p>Вміст:</p> <p>Постанова про індикацію цін Пряма калькуляція Зворотна калькуляція Коефіцієнт калькуляції Розрахункова надбавка, розрахункова знижка Торгова націнка</p>	

<p>Навчальна зона 10: продажах годин</p>	<p>Особливі ситуації в 2-й рік навчання Орієнтовний час: 60</p>
<p>Наведення на ціль:</p> <p>Спираючись на філософію компанії, учні діють адекватно в ситуаціях і професійно в особливих випадках у продажах. Вони адекватно реагують на поведінку своїх клієнтів у різних ситуаціях. При цьому вони цілеспрямовано використовують вербальні та невербальні засоби вираження. Учні дають професійні поради, за необхідності використовуючи знання іноземних мов та технічні засоби. Зокрема, при обміні товарів та при пред'явленні претензій учні діють в інтересах компанії та клієнтів і дотримуються правових норм та правил компанії. Під час консультування вони розпізнають можливі конфлікти, справляються зі стресовими ситуаціями та сприяють їх вирішенню, поводячись відповідно до ситуації. Учні задовольняють індивідуальні вимоги своїх клієнтів.</p>	
<p>Вміст:</p> <p>Поведінка клієнтів Продаж у напружені періоди Клієнти в компанії Розпродаж безпосередньо перед закриттям Подарункові та постачальницькі закупівлі Гарантія, гарантія, відповідальність за якість продукції Гудвіл Крадіжки в магазинах Зриви продажів Фінансування покупок Вирішення конфліктів Поведінка</p>	

<p>Навчальна зона 11: орієнтовані на успіх годин</p>	<p>Бізнес-процеси, 3-й рік навчання Орієнтовний час: 80</p>
<p>Наведення на ціль:</p> <p>Учні аналізують бізнес-процеси на підприємстві роздрібної торгівлі та використовують інструменти для покращення успіху підприємства. Вони ведуть облік товарообігу підприємства роздрібної торгівлі. Готують рішення щодо управління активами та оцінюють ситуацію з прибутком підприємства. Учні аналізують структуру витрат підприємства роздрібної торгівлі та розподіляють витрати на операційні підсфери. Вони пояснюють особам, які приймають рішення, окремі економічні заходи для зниження витрат і встановлюють зв'язок з ефектами на рівні економіки в цілому. Учні використовують розрахунок маржинальної націнки для встановлення цін продажу та оптимізації асортименту, орієнтованого на прибуток. При цьому вони враховують аспект змішаної калькуляції витрат. Вони визначають короткостроковий операційний прибуток і вносять пропозиції щодо підвищення прибутковості. Учні розраховують співвідношення з даними з різних інформаційних систем і використовують їх для порівняння та оцінки ситуації. Вони готують статистику в графічному вигляді, інтерпретують інформацію та виводять можливі заходи для оптимізації операційних процесів. Для цього вони використовують відповідне програмне забезпечення.</p>	
<p>Вміст:</p> <p>Закупівля товарів, продаж товарів Податок на додану вартість Амортизація Типи витрат, центри витрат, розподіл, розрахунок зовнішніх витрат Пост-розрахунок Коефіцієнти прибутковості, ефективність Система управління товарами Вплив на простий економічний цикл</p>	

<p>Навчальна зона 12:</p> <p>маркетингових концепцій для завоювання та утримання клієнтів</p> <p>Завоювання та утримання клієнтів</p> <p>годин</p>	<p>Використання</p> <p>3-й рік навчання:</p> <p>Орієнтовний час: 80</p>
<p>Наведення на ціль:</p> <p>Учні розуміють, що маркетинг є основним завданням компанії для завоювання та розширення ринкових позицій. Учні отримують інформацію про роботу зі зв'язків з громадськістю на своєму підприємстві та оцінюють її ефективність.</p> <p>Учні використовують системи інформаційних технологій для збору та оцінки ринкової інформації та даних про клієнтів. Вони оцінюють ринкову позицію своєї компанії по відношенню до конкурентів у стаціонарній торгівлі, а також в онлайн-торгівлі. Вони аналізують каталоги товарів та оцінки клієнтів, зокрема на порталах порівняння цін, електронних торговельних платформах та в інтернет-магазинах. Вони аналізують інструменти політики продажів і розробляють концепції для реалізації існуючих цілей брендингу. При цьому вони беруть до уваги економічні рамкові умови та взаємодію між інтернет-торгівлею та стаціонарною торгівлею. Вони розробляють графіки та робочі плани для маркетингових концепцій, визначають обов'язки та документують хід своєї роботи. Вони презентують і рефлексують результати своєї роботи.</p> <p>Студенти розуміють, що специфічні потреби в послугах, пов'язані з товарами та клієнтами, є важливим підходом до створення та утримання особливої ринкової позиції. Вони презентують сервісні концепції своїх навчальних компаній та аналізують труднощі, пов'язані з їх реалізацією. Учні розробляють та обґрунтовують подальші заходи сервісної політики з метою зміцнення лояльності клієнтів. Вони також розглядають питання управління скаргами.</p> <p>Вони оцінюють інтернет-магазини та торгові онлайн-платформи на вибраних прикладах. Вони використовують інструменти онлайн-маркетингу та враховують вимоги законодавства.</p>	
<p>Вміст:</p> <p>Маркетинговий мікс</p> <p>Управління взаємовідносинами з клієнтами Багатоканальна стратегія</p>	

Навчальна зона 13: персоналу та управління працівниками годин	Планування розміщення 3-й рік навчання Орієнтовний час: 60
Наведення на ціль: Учні виконують завдання та заходи з управління людськими ресурсами в компанії роздрібної торгівлі, беручи до уваги цілі управління людськими ресурсами. Вони усвідомлюють різні інтереси всіх залучених сторін. Для забезпечення ефективності діяльності компанії вони аналізують кількість і структуру працівників, беруть участь у визначенні потреб у персоналі та плануванні його розміщення. Вони використовують різні інструменти для внутрішнього та зовнішнього набору персоналу та складають критерії відбору кандидатів. Вони визнають важливість трудових договорів для трудових відносин та їх припинення. Учні складають платіжні відомості. Учні знають різні способи мотивації працівників та використовують їх для покращення робочої поведінки та бажання працювати.	
Вміст: Проведення бесід Вирішення конфліктних ситуацій Розвиток людських ресурсів Захист даних Встановлення, нагляд та припинення трудових відносин	

<p>Навчальна зона 14: роздрібним бізнесом та розвитку годин</p>	<p>Управління 3-й рік навчання Орієнтовний час: 60</p>
<p>Наведення на ціль:</p> <p>Учні думають і діють у підприємницькому контексті. Вони досліджують і розвивають управлінські компетенції, в тому числі з огляду на власні професійні перспективи. Вони беруть участь в управлінні підприємством і розробляють концепції подальшого розвитку підприємства. Вони презентують та оцінюють різні форми підприємств. Учні вибирають відповідні варіанти фінансування. Вони розрізняють види кредитів і описують зразкові кредитні цінні папери. Для забезпечення ліквідності вони стежать за вхідними платежами і вживають заходів у разі затримки платежів.</p>	
<p>Вміст:</p> <p>Компанія, Торговий реєстр Одноосібне володіння, KG, GmbH, кооператив, OHG Франчайзинг Кредит постачальника, овердрафт, позика Просте утримання права власності, порука, передача права власності під заставу Процедура судового призупинення права власності Неплатоспроможність</p>	

Список кореспонденцій

між

**рамкову навчальну програму для
професійно-технічного навчального
закладу та рамкову навчальну програму
для компанії**

**в учнівських професіях продавця і продавчині роздрібної
торгівлі та продавця і продавчині роздрібної
торгівлі**

Перелік листування документує координацію змісту навчання між навчальними закладами - професійно-технічними навчальними закладами та навчальними компаніями.

Характерною рисою дуальної професійної освіти і навчання є те, що учні здобувають свої компетенції у двох навчальних закладах - професійно-технічному навчальному закладі та навчальному підприємстві. Для цього існують різні правові норми:

- Навчальна програма в професійно-технічному училищі базується на рамковій навчальній програмі Постійної конференції міністрів освіти і культури.
- Внутрішньофірмове навчання ґрунтується на рамковому плані навчання, який є частиною регламенту навчання.

Обидва плани були розроблені експертами-викладачами та тренерами в постійних консультаціях один з одним відповідно до процедури, розробленої спільно Федеральним урядом та Конференцією міністрів освіти і культури для координації навчальних положень та рамкових навчальних програм у сфері професійної освіти і навчання ("Протокол спільних результатів").

У наведеному нижче переліку відповідностей навчальні області рамкової навчальної програми відповідають позиціям навчальної рамкової програми таким чином, щоб стала зрозумілою часова та фактична координація. Таким чином, це може бути інструментом для покращення та інтенсифікації співпраці між місцями навчання на місці.

BIBB: Annen, AB 4.2/

KMK: Päßler; RLP-A: Schuster

Список кореспонденцій
між рамковим планом навчання та рамковою навчальною
програмою

професійних тренінгів

стати продавцем і продавчиною в
роздрібній торгівлі.

продавчиною в роздрібній торгівлі

Статус 21 липня 2016 року

Рамкова навчальна програма Статус: 21.07.2016					Рамкова навчальна програма Статус: 21.07.2016				
Стажування на посаді стажера	Рік навчання				Навчальний рік				Галузі навчання
	1	2	3	4	1	2	3	4	
Розділ А: Професійно-профільні навички, знання та вміння в обов'язкових кваліфікаційних одиницях									
1. Товари та послуги, які пропонує постачальник. освітня компанія	X				X	X			1,2,3,4,5,7
а) Надавати клієнтам інформацію про асортимент товарів, які пропонує компанія	X				X	X			1,2,4,7
(b) структурувати продуктові області, в яких проводиться навчання, на групи продуктів з різними артикулами та типами і класифікувати їх в операційному асортименті продуктів	X				X	X			1,2,4,7
(c) використовувати джерела інформації для отримання знань про товари	X				X	X			1,2,4,7
г) інформувати клієнтів про властивості та можливості використання товарів принаймні з однієї товарної галузі, в якій проводиться навчання, з урахуванням аспектів сталості.	X				X	X			1,2,3,4
д) інформувати клієнтів про послуги, які пропонує компанія	X				X				1,2,4,5,7
ф) застосовувати маркування, технічні терміни та загальноприйняті торгові описи, в тому числі іноземними мовами, для товарів та послуг					X	X			1,2,3,4,
2. Презентація товару та рекламні заходи		X			X	X			2,3,4,5,9

а) розробляти та впроваджувати концепції привабливої презентації товарів з урахуванням форми роботи, продажу та зберігання, асортименту товарів та цільових груп, загальних правил презентації товарів, розміщення товарів, а також психологічних закономірностей продажів.		X			X				2,3,4,5
б) Запропонуйте місця відповідно до аб-.		X			X				2,3,4,5

підбирати товари відповідно до аспектів, що сприяють продажам, розміщувати та презентувати їх у спосіб, що сприяє продажам, використовуючи звичайні матеріали для оформлення.								
в) вносити зміни до ціни в межах операційних та юридичних вимог		X			X	X		2,3,4,5,9
г) використовувати рекламні матеріали та рекламні носії з урахуванням законодавчої бази та вимог компанії		X			X			2,3,4,5
д) інформувати клієнтів про рекламні акції		X			X			2,3,4,5
ф) планувати, проводити та оцінювати спостереження за конкурентами, пропонувати покращення для власного бізнесу		X			X	X		2,4,5,9
г) розробляти, обґрунтовувати та впроваджувати пропозиції щодо покращення презентації товарів		X			X			4,5
3. Розрахунок ціни		X				X		4,6,7,8,9
(а) здійснювати розрахунки для пошуку постачальників та розрахунку цін		X				X		6,9
б) здійснювати присудження нагород в рамках операційних та правових вимог.		X				X		4,7
в) Розглянути можливості ціноутворення при розрахунку.		X				X		6,9
г) розробляти пропозиції щодо зміни цін та оцінювати наслідки зміни цін для продажів, товарообігу та прибутку		X				X		6,8,9
4. Контроль запасів		X				X		6,7,8,10
(а) точно та оперативно реєструвати переміщення товарів у системі управління запасами, використовуючи інформаційні системи та дотримуючись вимог безпеки		X				X		

(b) допомагати в управлінні запасами та продажами, використовуючи товарну економічну систему		X				X			6,7
--	--	---	--	--	--	---	--	--	-----

в) Перевіряйте квитанції та вживайте відповідних заходів у разі розбіжностей.		X				X			6,7,8
(d) перевіряти запаси на предмет кількості та якості		X				X			6,7,8
е) допомагати у підготовці та проведенні інвентаризацій, дотримуватися правових норм і використовувати робочі та організаційні інструменти.		X				X			7,8
ф) Вжити заходів для уникнення розбіжностей в інвентаризації.		X				X			7,8,10
(g) вживати звичайних заходів у разі відхилень у запасах, зокрема через поломку, псування, усадку та крадіжку		X				X			4,7,8,10
5. Отримання та зберігання товарів		X				X			7
а) Перевірте кількість товару та упаковку на наявність пошкоджень під час транспортування і, за необхідності, розпочніть звичайні заходи.		X				X			7
б) перевіряти товарні чеки та вантажні документи, беручи до уваги специфікацію компанії		X				X			7
с) правильно зберігати та доглядати за товарами		X				X			7
(d) використовувати та обслуговувати допоміжні засоби для переміщення вантажів з урахуванням ергономічних вимог		X				X			7
(е) дотримуватися принципів зберігання, проводити перевірки запасів		X				X			7
ф) Оцініть складські коефіцієнти та визначте можливості для оптимізації.		X				X			7
g) враховувати економічні та екологічні вимоги на складі та при поводженні з пакуванням, зокрема ощадливо використовувати енергію		X				X			7
6. Продаж товарів	X					X	X		1,2,3,10

а) доброзичливо реагувати на запити клієнтів, надаючи їм пріоритет над іншою роботою і корисним,	X				X	X			2,3,10
--	---	--	--	--	---	---	--	--	--------

Використовуйте вербальні та невербальні форми спілкування та реагуйте на поведінку клієнта відповідно до ситуації.									
б) визначати побажання клієнтів під час інформування, консультування та продажу, використовуючи методи опитування та бесіди, робити пропозиції та реагувати на заперечення та аргументи клієнтів у манері, що сприяє продажу.	X				X	X			2,3,10
в) застосовувати знання про товари в дискусіях з клієнтами	X				X	X			2,10
д) пропонувати доповнення, заміну та додаткові товари, а також послуги та сприяти прийняттю рішення про покупку	X				X	X			2,10
(е) продавати товари у спосіб, орієнтований на клієнта та сервіс, з урахуванням форми діяльності та продажу і з дотриманням вимог законодавства, сприяючи тим самим лояльності клієнтів	X				X	X			1,2,3,10
ф) належним чином реагувати на скарги, претензії та запити на обмін, враховувати правила компанії при їх розгляді та співпрацювати у належному вирішенні конфліктів	X				X	X			2,3,10
г) аналізувати, оцінювати та вдосконалювати власну поведінку у сфері продажів	X				X	X			2,10
7. Каса сервісної зони	X				X				3
а) підготувати та експлуатувати касовий апарат відповідно до інструкцій компанії щодо касових операцій	X				X				3
б) оцінити касову зону з точки зору ергономіки та відповідно скоригувати власну поведінку	X				X				3
с) обробляти готівкові та безготівкові платежі, враховуючи цінові знижки та дотримуючись запобіжних заходів при прийомі платежів	X				X				3

(d) підготувати квитанції про покупку; і	X				X				3
--	---	--	--	--	---	--	--	--	---

Обробка обмінів та скарг на касі								
д) спілкуватися з клієнтами в сервісно-орієнтованій манері під час роботи на касі, справлятися зі стресовими ситуаціями на касі	X				X			3
ф) вести касовий облік, готувати касовий звіт, передавати квитанції та ваучери і визначати причини касових розбіжностей.	X				X			3
Розділ В: професійний профіль - навички, знання та вміння, що визначають професійний профіль у вибіркових кваліфікаціях; одна з них повинна бути зазначена в договорі про навчання:								
8. Забезпечення присутності волонтера		X			X	X		3,6,7,8
а) перевіряти вхідні товари на відповідність законодавчим нормам і вимогам компанії, реєструвати їх в інформаційній системі компанії та ініціювати звичайні заходи у разі відхилень		X				X		7,8
б) задокументувати будь-які дефекти, виявлені при отриманні товару, відповідно до законодавчих та звичайних положень про отримання товару.		X				X		7
с) реєструвати скарги, зокрема на поломки, псування та усадку, а також координувати та впроваджувати відповідні заходи з внутрішніми та зовнішніми постачальниками.		X				X		6,7
д) Визначати оптимальні рівні запасів, аналізувати наслідки надто високих і надто низьких рівнів запасів та розробляти пропозиції щодо оптимізації запасів.		X				X		7
д) контролювати та відстежувати рух товарів за допомогою системи управління товарами		X			X	X		3,6,7,8
ф) здійснювати моніторинг доступності пропозиції товарів, враховуючи сезонні фактори, фактори, пов'язані з попитом, діями та вільними ресурсами, а також регіональні особливості, та ініціювати відповідні заходи у разі необхідності.		X				X		6,7,8

g) Впровадити заходи з управління якістю на складі.		X				X			7
9. Поради клієнтам		X				X	X		2,3,8,10
a) Проводити продажі та консультаційні переговори, орієнтовані на успіх, і застосовувати глибокі знання з однієї продуктової області з принаймні двома товарними групами.		X				X	X		2,10
b) Інформувати клієнтів про характеристики, що визначають якість і ціну, а також пов'язані зі сталим розвитком, і про можливі способи використання виробів і сортів.		X				X	X		2,10
c) підкреслювати відмінності між брендами виробника та приватними торговими марками під час продажу та консультування.		X				X	X		2,10
d) Наголошуйте на важливості якості та касет у розмовах про продаж та консультування.		X				X	X		2,10
д) Слідкуйте за тенденціями та поточними подіями і використовуйте їх як аргумент для продажу.		X				X	X		2,10
f) Визначати мотиви купівлі та побажання клієнтів, спостерігаючи, активно слухаючи та ставлячи запитання, і враховувати їх під час продажу та консультацій.		X				X	X		2,10
g) розрізнити типології та поведінкові моделі клієнтів і використовувати знання про них для стимулювання продажів в індивідуальних переговорах з продажу та консультування.		X				X	X		2,10
з) Визначати причини конфліктів, справлятися з емоційними та стресовими ситуаціями в продажах і застосовувати стратегії роботи зі складними клієнтами.		X				X	X		2,10

i) розбиратися з особливими випадками в продажах, застосовуючи правові та операційні норми		X				X			10
к) важливість успішного		X			X	X			2,8,10

Пояснити активну збутову діяльність з точки зору обороту, доходу, задоволеності та лояльності клієнтів, звертаючи особливу увагу на необхідність командної роботи.								
к) обробляти обміни, скарги та претензії, діючи в клієнтоорієнтованій манері та дотримуючись правових та операційних вимог		X			X	X		2,3,10
10. дані касового апарату та обслуговування клієнтів		X			X	X		3,8
а) Звертатися до клієнтів на касі у відповідній до ситуації манері		X			X			3
б) пропонувати послуги клієнтам під час оформлення замовлення		X			X			3
в) здійснювати касові операції відповідно до системи та враховувати важливість касового апарату для контролю потоку даних і товарів.		X			X	X		3,8
д) Оцінювати касові звіти, зокрема, щодо статей, платіжних засобів, використання персоналу та заходів зі стимулювання збуту.		X			X	X		3,8
е) Обробляти обміни, скарги та претензії, діючи в клієнтоорієнтованій манері та дотримуючись правових та операційних вимог.		X			X			3
ф) підготувати перевезення грошей і забезпечити наявність розмінної монети на основі касового обліку.		X			X			3
г) у разі збоїв у роботі касової системи ініціювати заходи щодо резервного копіювання даних та відновлення функціональності		X			X			3
11. реклама та стимулювання збуту		X			X	X		2,3,5,9
а) Оцінити взаємовідносини між рекламними носіями та рекламодавцями.		X			X			5
б) Оцінити витрати на рекламу та результати реклами		X			X			5

с) Обирати та використовувати рекламні матеріали та засоби масової інформації, орієнтуючись на цільову аудиторію та витрати.		X			X				5
г) Оцінювати наслідки заходів цінової політики та вносити пропозиції.		X			X	X			5,9
е) Впроваджувати візуальні заходи зі стимулювання збуту та враховувати очікування клієнтів.		X			X				4,5
ф) враховувати різні відчуття під час презентації товарів і брати до уваги аспекти психології продажів.		X			X				4,5
г) Використовуйте заходи з обслуговування клієнтів для сприяння успіху продажів.		X			X				2,5
h) планувати, впроваджувати та оцінювати заходи, спрямовані на підвищення лояльності клієнтів		X			X				2,3,5
i) Перевіряти успішність реклами та розробляти пропозиції щодо її покращення.		X							5
Розділ С: міжкваліфікаційні навички, знання та вміння, які слід викладати в інтегративній манері:									
12. професійне навчання, трудове та соціальне законодавство	X				X				1
а) описати основний зміст та компоненти договору про навчання, визначити права та обов'язки, що впливають з договору про навчання, та описати завдання сторін, залучених до дуальної системи.	X				X				1
б) порівняти план навчання компанії з положенням про навчання	X				X				1
с) дотримуватися трудового, соціального законодавства та законодавства про спільне визначення, а також колективних договорів і норм робочого часу, що застосовуються у відповідній сфері діяльності.	X				X				1

г) пояснити позиції власного обліку заробітної плати	X				X				1
д) обґрунтувати можливості та вимоги навчання впродовж життя для професійного та особистісного розвитку і пояснити різні способи, якими цього можна досягти. компетенції, яких вони набули.	X				X				1

terdevelop									
f) застосовувати методи навчання та роботи, а також методи самостійного навчання та використовувати професійно значущі джерела інформації	X				X				1
g) представити можливості для кар'єрного зростання та розвитку.	X				X				1
13. значення та структура роздрібно́ї торгівлі та навчальної компанії	X				X				1,4
a) пояснити функції роздрібно́ї торгівлі для економіки в цілому та для компанії	X				X				1
б) пояснити організаційно-правову форму та організаційну структуру тренінгової компанії, її завдання та обов'язки, а також взаємозв'язки між бізнес-процесами.	X				X				1
в) оцінити вплив місця розташування, форми роботи і продажів, каналів дистрибуції, асортименту і цін, а також дизайну торгового залу на позицію тренінгової компанії на ринку.	X				X				1,4
14 Інформація та комунікація	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8,10
a) з повагою, вдячністю та довірою допомагати формувати співпрацю в команді.	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8,10
б) обґрунтовувати необхідність оперативного кадрового планування та сприяти його впровадженню	X				X				1,2,3,10
с) надавати та приймати відповідний зворотній зв'язок	X				X	X			1,2,5,6,7,8,10
г) Визначати причини конфліктів і комунікаційних проблем та сприяти їх вирішенню.	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8,10
д) використовувати інформаційні та комунікаційні системи	X				X	X			1,2,3,5,6,7,8

(f) збирати, захищати та зберігати дані, використовуючи стандартні операційні процедури, захист даних та безпеку даних	X				X	X			3,7,8,9,10
--	---	--	--	--	---	---	--	--	------------

десять.								
15 Безпека та здоров'я на робочому місці	X	X			X			1
а) Виявити загрози безпеці та здоров'ю на робочому місці та вжити заходів для їх уникнення.	X	X			X			1
б) застосовувати правила охорони праці та запобігання нещасним випадкам.	X	X			X			1
в) описати поведінку в разі нещасних випадків та ініціювати перші заходи	X	X			X			1
д) застосовувати правила превентивного протипожежного захисту, описувати поведінку під час пожежі та вживати заходів для її ліквідації	X	X			X			1
16. захист навколишнього середовища Для того, щоб уникнути експлуатаційного забруднення навколишнього середовища в професійній сфері впливу, необхідно вжити наступних заходів нести, зокрема	X	X			X	X		1,2,4,5,6,7
а) пояснити на прикладах можливі екологічні наслідки діяльності тренінгової компанії та її внесок у захист довкілля	X	X			X	X		1,2,5,6,7
б) застосовувати правила охорони навколишнього середовища, що застосовуються до компанії, яка проводить тренінг	X	X			X	X		1,2,5,6,7
в) Використовувати можливості економного та екологічного використання енергії та матеріалів.	X	X			X	X		1,2,4,5,6,7
г) Уникати відходів та утилізувати речовини і матеріали в екологічно безпечний спосіб.	X	X			X	X		1,4,5,6,7

Роздрібний продавець/продавчиня

Розділ А: міжпрофесійні профільні навички, знання та вміння, які перетинаються з елективними кваліфікаціями								
1. асортимент товарів та послуг, які пропонує тренінгова компанія	X				X		X	1,2,4,6,7,12
a) Надавати клієнтам інформацію про асортимент товарів, які пропонує компанія	X				X		X	1,2,4,6,12
(b) структурувати продуктові області, в яких проводиться навчання, на групи продуктів з різними артикулами та типами і класифікувати їх в операційному асортименті продуктів	X				X		X	1,2,4,6,12
(c) використовувати джерела інформації для отримання знань про товари	X				X			1,2,4
г) інформувати клієнтів про властивості та можливості використання товарів принаймні з однієї товарної галузі, в якій проводиться навчання, з урахуванням аспектів сталості.	X				X			1,2,4
(e) інформувати клієнтів про послуги, які пропонує підприємство	X				X			1,2,4
f) застосовувати маркування, технічні терміни та загальноприйняті торгові описи, в тому числі іноземними мовами, для товарів та послуг	X				X			1,2,4,6,7
2. Презентація товару та рекламні заходи		X			X	X	X	2,3,4,5,9,12
a) розробляти та впроваджувати концепції привабливої презентації товарів з урахуванням форми роботи, продажу та зберігання, асортименту товарів та цільових груп, загальних правил презентації товарів, розміщення товарів, а також психологічних закономірностей продажів.		X			X		X	4,5,12

(b) вибирати місця для викладки відповідно до аспектів, що сприяють продажам, і розміщувати та представляти товари у спосіб, що сприяє продажам, використовуючи звичайні засоби оформлення		X			X				4,5
--	--	---	--	--	---	--	--	--	-----

в) вносити зміни до ціни в межах операційних та юридичних вимог		X			X	X	X		2,3,4,5,9,12
г) використовувати рекламні матеріали та рекламні носії з урахуванням законодавчої бази та вимог компанії		X			X				4,5
д) інформувати клієнтів про рекламні акції		X			X		X		4,5,12
ф) Планувати, проводити та оцінювати спостереження за конкурентами, пропонувати покращення для власної компанії		X			X	X	X		4,9,12
г) розробляти, обґрунтовувати та впроваджувати пропозиції щодо покращення презентації товарів		X			X		X		4,5,12
3. Розрахунок ціни		X			X	X			4,6,7,8,9
(а) здійснювати розрахунки для пошуку постачальників та розрахунку цін		X				X			6,9
б) здійснювати присудження нагород в рамках операційних та правових вимог.		X			X	X			4,7,9
в) Можливості ціноутворення під час розрахунку взяти до уваги		X				X			9
г) розробка пропозицій щодо зміни цін та наслідків зміни цін для продажів, обороту та Оцініть врожайність		X				X			8,9
4. Контроль запасів		X				X			7,8,10
(а) точно та оперативно реєструвати переміщення товарів у системі управління запасами, використовуючи інформаційні системи та дотримуючись вимог безпеки		X				X			7,8
(б) допомагати в управлінні запасами та продажами, використовуючи товарну економічну систему		X				X			7,8
в) Перевіряйте квитанції та вживайте відповідних заходів у разі розбіжностей.		X				X			7,8
(д) перевіряти запаси на предмет кількості та якості		X				X			7,8

е) допомагати у підготовці та проведенні інвентаризацій, дотримуватися правових норм і використовувати робочі та організаційні інструменти.		X				X			7,8
ф) Вжити заходів для уникнення розбіжностей в інвентаризації.		X				X			7,8
(г) вживати звичайних заходів у разі відхилень у запасах, зокрема через поломку, псування, усадку та крадіжку		X				X			4,7,8,10
5. Отримання та зберігання товарів		X				X			7
а) Перевірте кількість товару та упаковку на наявність пошкоджень під час транспортування і, за необхідності, вживіть звичайних заходів.		X				X			7
б) перевіряти товарні чеки та вантажні документи з урахуванням специфікацій компанії		X				X			7
с) правильно зберігати та доглядати за товарами		X				X			7
(д) використовувати та обслуговувати допоміжні засоби для переміщення вантажів з урахуванням ергономічних вимог		X				X			7
(е) дотримуватися принципів зберігання, проводити перевірки запасів		X				X			7
ф) Оцініть складські коефіцієнти та визначте можливості для оптимізації.		X				X			7
г) враховувати економічні та екологічні вимоги на складі та при поводженні з пакуванням, зокрема ощадливо використовувати енергію		X				X			7
6. Продаж товарів	X					X	X		1,2,3,10,13
а) підходити до клієнтів у привітній та доброзичливій манері, віддаючи пріоритет іншій роботі, використовувати вербальні та невербальні форми спілкування та реагувати на поведінку клієнтів у спосіб, що відповідає ситуації.	X					X	X		2,10

б) побажання клієнтів у	X				X	X			2,10
-------------------------	---	--	--	--	---	---	--	--	------

Визначати інформацію, надавати поради та вести переговори про продаж, використовуючи методи опитування та бесіди, робити пропозиції та реагувати на заперечення та аргументи клієнтів у манері, що сприяє продажам.									
в) застосовувати знання про товари в дискусіях з клієнтами	X				X	X			2,10
d) пропонувати доповнення, заміну та додаткові товари, а також послуги та сприяти прийняттю рішення про покупку	X				X	X			2,10
(е) продавати товари у спосіб, орієнтований на клієнта та сервіс, з урахуванням форми діяльності та продажу і з дотриманням вимог законодавства, сприяючи тим самим лояльності клієнтів	X				X	X			2,10
f) належним чином реагувати на скарги, претензії та запити на обмін, враховувати правила компанії при їх розгляді та співпрацювати у належному вирішенні конфліктів	X				X	X			2,3,10
g) аналізувати, оцінювати та вдосконалювати власну поведінку у сфері продажів	X				X	X	X		2,10,13
7. Каса сервісної зони	X					X			3
a) підготувати та експлуатувати касовий апарат відповідно до інструкцій компанії щодо касових операцій	X					X			3
б) оцінити касову зону з точки зору ергономіки та відповідно скоригувати власну поведінку	X					X			3
с) обробляти готівкові та безготівкові платежі, враховуючи цінові знижки та дотримуючись запобіжних заходів при прийомі платежів	X					X			3
d) Створювати квитанції про покупку та обробляти обміни та скарги на касі.	X					X			3

д) спілкуватися з клієнтами в сервісно-орієнтованій манері під час касового обслуговування, справлятися зі стресовими ситуаціями на касі повинні бути	X					X			3
---	---	--	--	--	--	---	--	--	---

wältigen								
f) вести касовий облік, готувати касовий звіт, передавати квитанції та ваучери і визначати причини касових розбіжностей.	X					X		3
8. Роздрібні процеси			X		X	X	X	1,2,3,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14
a) представити організацію, послуги та завдання по всьому ланцюжку створення вартості тренінгової компанії. місце			X		X	X	X	1,8,11
б) класифікувати основні процеси роздрібної торгівлі - закупівлі, формування асортименту, логістичні процеси та продажі - у ланцюжку створення доданої вартості, обґрунтувати взаємодію, оцінити взаємозв'язки та інтерфейси, виявити слабкі місця та джерела помилок, а також розробити вдосконалення для проектування процесів. Запропонувати зустріч			X		X	X	X	1,8,11
с) Обґрунтувати можливості оптимізації взаємодії з постачальниками та виробниками з точки зору продажів та розробити пропозиції щодо їх впровадження.			X			X		6,7,8,11
г) розробляти процеси роботи з продажу з метою орієнтації на клієнта та з урахуванням взаємодії з іншими процесами роздрібної торгівлі			X		X	X	X	2,3,8,10,11,13
е) використовувати допоміжні процеси бухгалтерського обліку, управління персоналом, брендингу, ІТ-додатків та аналізу управління товарами у власній сфері діяльності та вносити пропозиції щодо оптимізації співпраці.			X		X	X	X	5,7,8,11,12,13
ф) підтримувати контролінг як інформаційно-контрольний інструмент та використовувати результати контролінгу			X			X	X	8,9,11

g) розробляти та впроваджувати заходи із забезпечення якості			X			X	X		8,11
--	--	--	---	--	--	---	---	--	------

h) сприяти реалізації корпоративних цілей сталого розвитку		X				X	X		8,11,14
Розділ В: навички, знання та вміння, що визначають професійний профіль, у факультативних кваліфікаціях відповідно до § 5 (3); одна з них повинна бути зазначена в договорі про навчання:									
9. Забезпечення присутності волонтера		X				X			3,6,7,8
a) перевіряти вхідні товари на відповідність законодавчим нормам і вимогам компанії, реєструвати їх в інформаційній системі компанії та ініціювати звичайні заходи у разі відхилень		X				X			7
b) задокументувати будь-які дефекти, виявлені при отриманні товару, відповідно до законодавчих та звичайних положень про отримання товару.		X				X			7
c) реєструвати скарги, зокрема на поломки, псування та усадку, а також координувати та впроваджувати відповідні заходи з внутрішніми та зовнішніми постачальниками.		X				X			6,7
d) Визначити оптимальні рівні, проаналізувати наслідки занадто високих і занадто низьких рівнів та розробити пропозиції.		X				X			7,8
д) контролювати та відстежувати рух товарів за допомогою системи управління товарами		X				X			7,8
f) перевіряти наявність пропозиції товарів, беручи до уваги сезонні фактори, фактори впливу, пов'язані з попитом, діями та вільною конкуренцією, а також регіональні особливості, і, за необхідності, ініціювати відповідні заходи.		X				X			3,6,7
g) Впроваджувати заходи з управління якістю в обслуговуванні локатора.		X							7
10. консультування клієнтів		X				X	X		1,2,3,6,9,10
a) проводити переговори з продажу та консультування, орієнтовані на успіх, застосовуючи глибокі знання з продуктової області, що складається щонайменше з двох груп		X				X	X		2,10

b) Інформувати клієнтів про характеристики, що визначають якість і ціну, а також пов'язані зі сталим розвитком, і про можливі способи використання виробів і сортів.		X			X	X			2,9,10
c) підкреслювати відмінності між брендами виробника та приватними торговими марками під час продажу та консультування.		X			X	X			2,6,9,10
d) Наголошуйте на важливості етикеток та знаків якості під час продажу та консультацій.		X			X	X			2,6,10
д) Слідкуйте за тенденціями та поточними подіями і використовуйте їх як аргумент для продажу.		X			X	X			2,6,10
f) Визначати мотиви купівлі та побажання клієнтів, спостерігаючи, активно слухаючи та ставлячи запитання, і враховувати їх під час продажу та консультацій.		X			X	X			2,10
g) розрізняти типології та поведінкові моделі клієнтів і застосовувати їх у спосіб, що сприяє продажам, в індивідуальних переговорах з продажу та консультування.		X			X	X			2,10
з) Визначати причини конфліктів, справлятися з емоційними та стресовими ситуаціями в продажах і застосовувати стратегії роботи зі складними клієнтами.		X			X	X			2,10
i) розбиратися з особливими випадками в продажах, застосовуючи правові та операційні норми		X			X	X			2,3,10
к) пояснити важливість успішної діяльності з продажу з точки зору товарообігу, прибутку, задоволеності та лояльності клієнтів, особливо беручи до уваги необхідність командної роботи.		X			X	X			1,2,3,10

к) обробляти обміни, скарги та претензії, діючи в клієнтоорієнтованій манері та застосовуючи правові та операційні вимоги		X			X	X			2,3,10
---	--	---	--	--	---	---	--	--	--------

11. дані касового апарату та обслуговування клієнтів					X				2,3,10
а) Звертатися до клієнтів на касі у відповідній до ситуації манері		X			X				3
б) пропонувати послуги клієнтам під час оформлення замовлення		X			X				3
в) здійснювати касові операції відповідно до системи та враховувати важливість касового апарату для контролю потоку даних і товарів.		X			X				3
д) Оцінювати касові звіти, зокрема, щодо статей, платіжних засобів, використання персоналу та заходів зі стимулювання збуту.		X			X				3
е) обробляти обміни, скарги та претензії, діючи в клієнтоорієнтованій манері та застосовуючи правові та операційні вимоги		X			X				2,3,10
ф) підготувати транспорт для перевезення готівки на основі касового обліку та забезпечити наявність розмінної монети		X			X				3
г) у разі збоїв у роботі касової системи ініціювати заходи щодо резервного копіювання даних та відновлення функціональності		X			X				3
12. реклама та стимулювання збуту					X	X	X		4,5,8,9,10,11,12
а) Оцінити взаємозв'язок між рекламними носіями та рекламодавцями, а також між витратами на рекламу та її успіхом.		X			X				5
б) Обирати та використовувати рекламні засоби та носії реклами, орієнтуючись на ціль та витрати.		X			X				4,5
в) Оцінити вплив заходів цінової політики та розробити пропозиції.		X			X	X			5,8,9
д) Впроваджувати візуальні заходи зі стимулювання збуту та враховувати очікування клієнтів.		X			X				4,5
е) апелювати до різних органів чуття при презентації товарів і бути орієнтованими на продаж.		X			X				4,5

Психологічні аспекти повинні бути враховані.									
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

взяти до уваги								
f) використовувати заходи з обслуговування клієнтів для сприяння успіху продажів		X			X	X		2,3,10
g) планувати, впроваджувати та оцінювати заходи, спрямовані на підвищення лояльності клієнтів		X			X	X	X	2,3,5,10,12
h) Проводити перевірку успішності реклами та розробляти пропозиції щодо її покращення.		X			X	X	X	5,8,11,12
Розділ С: навички, знання та вміння, що визначають професійний профіль, у факультативних кваліфікаціях відповідно до § 5 (4); три з них повинні бути вказані в договорі про навчання, в тому числі принаймні одна з поточних								
Номери від 1 до 3:								
1. Консультування клієнтів у складних ситуаціях			X		X	X	X	2,3,10,13
a) застосовувати глибокі знання у продуктивній сфері з принаймні двома товарними групами під час консультаційної співбесіди, тим самим даючи обіцянки щодо ефективності роботи компанії Представляти клієнтів			X			X		10
б) Визначати мотиви та побажання клієнтів, спостерігаючи, активно слухаючи та ставлячи запитання, і застосовувати їх під час продажу та консультацій. взяти до уваги			X			X		10
в) використовувати комунікативні техніки під час консультативної бесіди, щоб сприяти задоволенню клієнта.			X			X		10
d) Поміркуйте над власним іміджем та іміджем інших і візьміть це до уваги у спілкуванні.			X			X		10
д) Інформувати клієнтів про характеристики, що визначають якість та ціну, а також про можливі способи використання товару.			X		X	X		2,10

f) Під час консультативної бесіди виокремте характеристики брендів виробників та роздрібних брендів.			X		X	X				2,10
--	--	--	---	--	---	---	--	--	--	------

g) підкреслювати важливість якості та якісного маркування товарів у консультативних бесідах			X		X	X			2,10
h) оцінювати безпечність для здоров'я та довкілля, а також екологічність товарів та інформувати про це споживачів			X		X	X			2,10
i) Переконливо протистояти запереченням клієнтів і сприяти укладанню угоди.			X		X	X			2,3,10
к) Спостерігайте за тенденціями та поточними розробками і використовуйте їх як аргумент для продажу.			X		X	X			2,10
к) Використовуйте інформаційні джерела для отримання знань про товари.			X		X	X			2,10
l) Інформувати клієнтів про юридичні та операційні правила повернення товарів, а також про екологічно безпечні способи утилізації товарів.			X		X	X			2,10
м) Вирішувати обміни, скарги та претензії, навіть у складних ситуаціях, застосовуючи юридичні та операційні правила, представляючи інтереси компанії та діючи в клієнтоорієнтованій манері.			X		X	X			2,3,10
н)проаналізувати причини конфліктів у ситуаціях продажу та зробити висновки для майбутніх переговорів.			X		X	X	X		2,10,13
о) Визначати фактори, що провокують стрес, і застосовувати стратегії управління стресом.			X		X	X	X		2,10,13
2. Закупівля товарів			X			X	X		6,7,8,11

a) потреби в товарах для навчального асортименту з урахуванням ключових показників системи управління запасами та майбутніх продажів Визначте події			X			X	X		6,7,8,11
(b) диференціювати товари, беручи до уваги процедури замовлення та способи доставки			X			X			6
с) контролювати дотримання договірних та платіжних умов договорів про закупівлю та ініціювати відповідні заходи у разі відхилень			X			X	X		6,8,11
(d) вживати та оцінювати заходи для забезпечення комплектності товарів			X			X			6,7
д) Розробити пропозиції щодо дизайну асортименту продукції після оцінки економічних даних, приділяючи особливу увагу обороту, торговій націнці, якості, тенденціям, цільовим групам, місцезнаходженню, стійкості та конкурентній ситуації,			X			X	X		6,7,8,11
(f) сприяння у вивезенні та повторному ввезенні товарів			X			X	X		6,7,8,11
3. Контроль запасів			X			X	X		7,8,11
(a) збирати, підтримувати та оцінювати статистику запасів			X			X	X		7,8,11
б) Проаналізуйте показники запасів і товарообігу та використовуйте відповідні статистичні дані.			X			X	X		7,8,11
в) Розробити заходи щодо збільшення обороту, підвищення прибутковості та оптимізації портфеля, а також розробити та впровадити пропозиції щодо їх реалізації			X			X	X		7,8,11
д) Контролювати запаси товарів, орієнтуючись на прибуток, з урахуванням пропозицій щодо замовлень системи управління товарами.			X			X	X		7,8,11

е) Виявлення причин інвентаризаційних різниць, розробка пропозицій щодо заходів для уникнення інвентаризаційних різниць та допомога в їх реалізації.			X			X	X		7,8,11
4. Комерційне управління та контроль			X			X	X		7,8,9,11,13
а) Проаналізуйте результати обліку витрат і діяльності та зробіть висновки.			X			X	X		8,9,11
б) Проаналізувати результати звіту про фінансові результати та розробити можливості для їх покращення, зокрема, щодо валового прибутку.			X			X	X		8,9,11
с) Створювати та оцінювати статистику			X			X	X		7,8,11
г) визначати та оцінювати ключові операційні показники, робити висновки, пропонувати заходи та брати участь у їх реалізації			X			X	X		8,11
е) оцінити вплив різних факторів, зокрема цін, запасів і витрат, на калькуляцію собівартості та дохід.			X			X	X		8,11
ф) пропонувати заходи для покращення операційних робочих процесів та брати участь у їх впровадженні			X			X	X		8,11,13
5. маркетингові заходи			X		X		X		4,5,11,12
а) проаналізувати та оцінити ринкову ситуацію в регіоні з урахуванням економічних та регіональних аспектів			X				X		12
б) оцінити присутність конкурентів на ринку стаціонарної торгівлі та онлайн-торгівлі, розробити та обґрунтувати пропозиції щодо маркетингових заходів з урахуванням вимог конкурентного законодавства.			X				X		12
в) використовувати інструменти спостереження за ринком, результати маркетингових досліджень купівельної			X				X		12

поведінки Оцініть та внесіть пропозиції									
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--

виводити та обґрунтовувати використання інструментів брендингу								
d) Розрізнити інформаційну та купівельну поведінку цільових груп, виводити наслідки, пропонувати заходи та брати участь у їх впровадженні.			X				X	12
e) розробляти та впроваджувати заходи зі стимулювання збуту з урахуванням сильних і слабких зон збуту та з урахуванням операційних вимог			X		X		X	4,5,12
f) Планувати та впроваджувати розміщення в торговому залі та оцінювати їхній вплив.			X		X		X	4,5,12
g) використовувати інформацію про продукт для просування продажів у спосіб, орієнтований на клієнта			X		X		X	4,5,12
h) готувати, проводити та оцінювати оцінювання результатів діяльності та розробляти пропозиції щодо вдосконалення			X				X	11,12
6. Інтернет-торгівля			X		X	X	X	2,5,6,7,8,11,12
a) Дотримуйтесь вимог законодавства при управлінні інтернет-магазином.			X		X		X	5,6,7,12
б) Розглянути взаємодію між онлайн-торгівлею та стаціонарними продажами			X		X		X	5,6,7,12
с) підтримувати каталог товарів в інтернет-магазині			X				X	12
г) Використовувати інструменти онлайн-маркетингу та оцінювати рейтинг у пошукових системах.			X		X		X	1,12
д) консультувати клієнтів щодо онлайн-покупок			X		X		X	2,12
ф) Оцінювати відгуки клієнтів в онлайн-ритейлі та виводити з них пропозиції щодо вдосконалення багатоканальної стратегії компанії			X				X	12

g) Визначити та оцінити ключові показники для інтернет-магазину.			X			X	X		8,11,12
(h) заходи щодо покращення Асортимент продукції становить			X			X	X		5,6,7,12

Компанія пропонує ряд продуктів і послуг, логістичних процесів і маркетингових заходів в рамках багатоканальної стратегії.								
i) продовжувати розвивати онлайн-торгівлю з постачальниками IT-послуг та ініціювати заходи з усунення недоліків.			X			X		12
7. Управління персоналом та -розвиток			X		X	X		1,13,14
a) Розробити плани дій з розвитку персоналу на основі операційних цілей, перевірити досягнення цілей і внести корективи.			X			X		13,14
б) розглянути важливість мотивації та самовідповідальності в управлінні персоналом,			X			X		13,14
с) Проводити та аналізувати орієнтовані на результат дискусії з персоналом та командні зустрічі.			X			X		13,14
d) Поміркувати про вплив вербальної та невербальної комунікації, а також про відмінності між самооцінкою та іміджем інших і використовувати їх в управлінні персоналом.			X			X		13
д) застосовувати методи вирішення конфліктів для покращення мотивації, робочого клімату та продуктивності праці			X			X		13
f) використовувати методи само- та тайм-менеджменту			X		X	X		1,13
g) конструктивно підтримувати працівників у їхній роботі та сприяти співпраці в колективі.			X			X		13
h) розробляти та впроваджувати заходи з розвитку персоналу, виходячи з розстановки кадрів та планування потреб у персоналі, а також з потенціалу та кваліфікаційних потреб працівників			X			X		13,14
i) Створіть графік роботи персоналу			X			X		13

к) трудове та соціальне право Положення про персонал			X		X		X		1,13
---	--	--	---	--	---	--	---	--	------

Застосуйте планування та підбір персоналу									
8. Підготовка до підприємницької самостійності			X				X		12,13,14
а) Оцінити можливості та ризики для торговельної компанії, розробити бізнес-концепцію з урахуванням інновацій.			X				X		14
б) Оцінити дані маркетингових досліджень та аналіз місцевості і використати їх для розробки бізнес-концепції.			X				X		12,14
в) критично осмислювати особисті та професійні компетенції для підприємницької автономії.			X				X		14
г) вибрати відповідну організаційно-правову форму для підприємства та підготувати, представити і обґрунтувати бізнес-план.			X				X		14
е) Визначення потреб у персоналі та вибір варіантів набору персоналу			X				X		13,14
ф) планувати фінанси компанії, беручи до уваги джерела фінансування та можливості фінансування			X				X		14
г) врахувати в процесі планування необхідні страхові та податкові зобов'язання.			X				X		14
h) Використовуйте ключові показники оцінки компанії, виводьте з них показники та враховуйте сталий розвиток.			X				X		11,14
Розділ D: Навички, знання та вміння, що мають викладатися інтегровано в рамках вибірових кваліфікацій									
9. Професійне навчання, трудове та соціальне законодавство	X					X		X	1,13
а) описати основний зміст та компоненти договору про навчання, визначити права та обов'язки, що випливають з договору про навчання, та описати завдання учасників дуальної системи	X					X			1

б) Порівняйте план навчання компанії з положенням про навчання.	X				X				1
---	---	--	--	--	---	--	--	--	---

с) дотримуватися трудового, соціального законодавства та законодавства про спільну діяльність, а також колективних договорів і норм робочого часу, що застосовуються на робочій ділянці	X				X		X		1,13
г) пояснити позиції власного обліку заробітної плати	X				X		X		1,13
д) обґрунтовувати можливості та вимоги навчання впродовж життя для професійного та особистісного розвитку і подальшого розвитку власних компетенцій	X				X		X		1,13
ф) застосовувати методи навчання та роботи, а також методи самостійного навчання та користуватися професійно значущими джерелами інформації.	X				X		X		1,13
г) Презентувати можливості кар'єрного зростання та подальшого розвитку.	X				X		X		1,13
10. значення та структура роздрібно́ї торгівлі та навчальної компанії	X				X		X		1,12
а) Поясніть функції роздрібно́ї торгівлі для економіки в цілому та для суспільства.	X				X				1
б) Пояснити організаційно-правову форму та організаційну структуру тренінгової компанії, її завдання та обов'язки, а також взаємозв'язки між бізнес-процесами.	X				X				1
в) оцінити вплив місця розташування, форми роботи і продажів, каналів дистрибуції, асортименту і цін, а також дизайну торгового залу на позицію тренінгової компанії на ринку.	X				X		X		1,12
11 Інформація та комунікація	X				X	X	X		1,2,3,5,6,7,8,10,11,12,13
а) Формувати співпрацю всередині компанії на засадах поваги, вдячності та довіри в колективі.	X				X	X	X		1,2,5,6,7,8,13

b) Обґрунтувати необхідність оперативного кадрового планування та сприяти його впровадженню.	X				X		X		1,2,13
с) Належний зворотній зв'язок	X				X	X	X		1,2,5,6,7,8,11,13

Давати і приймати								
г) Визначати причини конфліктів і комунікаційних проблем та сприяти їх вирішенню.	X				X		X	2,3,13
д) використовувати інформаційні та комунікаційні системи	X				X	X	X	2,5,6,7,8,10,11,13
ф) реєструвати, захищати та зберігати дані, використовуючи стандартні операційні процедури, дотримуватися захисту даних та безпеки даних	X				X	X	X	2,5,6,7,8,10,11,12,13
12. безпека та Охорона здоров'я на робочому місці	X	X			X			1
а) виявляти загрози безпеці та здоров'ю на робочому місці та вживати заходів для їх уникнення	X	X			X			1
б) застосовувати правила охорони праці та запобігання нещасним випадкам.	X	X			X			1
в) описати поведінку в разі нещасних випадків та ініціювати перші заходи	X	X			X			1
г) застосовувати правила превентивного протипожежного захисту; описувати поведінку у випадку пожежі та вживати заходів для боротьби з вогнем	X	X			X			1
13. захист навколишнього середовища Для того, щоб уникнути експлуатаційного забруднення навколишнього середовища в професійній сфері впливу, необхідно вжити наступних заходів нести, зокрема	X	X			X	X		1,5,6,7
а) пояснити на прикладах можливі екологічні наслідки діяльності тренінгової компанії та її внесок у захист довкілля	X	X			X	X		1,5,6,7
б) застосовувати правила охорони навколишнього середовища, що застосовуються до компанії, яка проводить тренінг	X	X			X	X		1,5,6,7,14

в) Використовувати можливості економного та екологічного використання енергії та матеріалів.	X	X			X	X			1,5,6,7,14
г) Уникнення відходів; утилізація речовин і матеріалів в екологічно безпечний спосіб.	X	X			X	X			1,5,6,7