

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗΣ ΜΟΝΑΔΩΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΟΙΝΟΥ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ

Μονάδες πιστοποίησης	Επαγγελματικές αρμοδιότητες	Επαγγελματικές συμπεριφορές	Γνώσεις
UC1 : Διεθνές μάρκετιγκ			
<p>UC11</p> <p>Εμπορική μελέτη και προσέγγιση των ξένων αγορών</p>	<p>UC11S1 Συνεχής εποπτεία του εμπορικού χώρου (τεκμηριωμένη έρευνα), συλλογή πληροφοριών στο εξωτερικό, διασφάλιση της αξιοπιστίας και της καταλληλότητάς τους στο πλαίσιο της έρευνας</p> <p>UC11S2 Ανάλυση και επιλογή εμπορικών πληροφοριών και προσδιορισμός νομοθετικών περιορισμών στις ξένες αγορές</p> <p>UC11S3 Επεξεργασία συγγραφής υποχρεώσεων για την ανάθεση μελετών σε υπεργολαβία και διασφάλιση της παρακολούθησης της εφαρμογής τους στην ξένη αγορά</p> <p>UC11S4 Διατύπωση συστάσεων για τον καθορισμό ενός λειτουργικού σχεδίου δράσης σύμφωνου με την εμπορική πολιτική της επιχείρησης και με τα συμπεράσματα της</p>	<p>UC11WC1 Οργάνωση προτεραιοτήτων εργασίας, καθορισμός ενός πλάνου εργασίας και αυτονομία στην οργάνωση της προσωπικής εργασίας</p> <p>UC11WC2 Προσοχή στις δυνατότητες και τις απειλές που εντοπίζονται στο οικείο περιβάλλον</p> <p>UC11WC3 Υιοθέτηση τρόπου σκέψης με γνώμονα τους κανόνες του εμπορίου</p>	<p><u>1 Διεθνές μάρκετιγκ</u></p> <p>1.1 Διαδικασία μάρκετιγκ</p> <p>1.2 Αρχές και δομές της αγοράς</p> <p>1.3 Σχέδιο μάρκετιγκ</p> <p>1.4 Εποπτεία και μελέτη της αγοράς</p> <p>1.5 Διαγνωστική ανάλυση εξαγωγών</p> <p>1.6 Στρατηγικές διεθνοποίησης</p> <p>1.7 Δίκτυα υποστήριξης διεθνοποίησης</p> <p><u>2 Περιβάλλον πληροφορικής</u></p> <p>2.1 Τεχνικές αναζήτησης πληροφοριών</p> <p><u>3 Περιβάλλον</u></p> <p>3.1 Οικονομία</p>

	<p>διαγνωστικής ανάλυσης της ξένης αγοράς</p> <p>UC11S5 Ανάλυση και κατάρτιση της σύνθεσης των πληροφοριών που συγκεντρώθηκαν</p>		<p>3.1.1 Οικονομικοί και κοινωνικοί δείκτες και δείκτες ανθρώπινου δυναμικού</p> <p>3.1.2 Δείκτης ανάπτυξης και ανταλλαγών σε διεθνές επίπεδο</p> <p>3.1.3 Προσαρμογή της εθνικής οικονομίας στο πλαίσιο της διεθνούς οικονομίας</p> <p>3.1.4 Αρχές οργάνωσης των διεθνών ανταλλαγών</p> <p>3.1.5 Βασικές αρχές ανταλλαγών σε παγκόσμιο επίπεδο</p> <p>3.2 Γεωπολιτική</p> <p>3.2.1 Ειδικές ζώνες</p> <p>3.2.2 Ειδικές σημειώσεις και κίνδυνοι χώρας</p> <p>3.2.3 Ταυτότητες</p> <p>3.2.4 Φυσικοί και ανθρώπινοι πόροι</p> <p>3.3 Νομικό πλαίσιο και κανονισμοί</p> <p>3.3.1 Νομικό σύστημα</p> <p>3.3.2 Πεδίο διαμόρφωσης κανονισμών (προδιαγραφές, πιστοποίηση, ανταλλαγές κανονισμών)</p> <p>3.3.3 Διεθνές νομικό πλαίσιο</p> <p>3.3.4 Τελωνειακοί και φορολογικοί κανονισμοί</p> <p><u>4 Εργαλεία διαχείρισης</u></p> <p>4.1 Στατιστική ανάλυση (στατιστικές περιγραφής και μέθοδοι πρόβλεψης)</p>
--	---	--	---

			<p><u>5. Επικοινωνία</u></p> <p>5.1 Γραπτή επαγγελματική επικοινωνία (εργαλεία εσωτερικής επικοινωνίας)</p>
<p>UC12</p> <p>Σύστημα εμπορικής πληροφόρησης</p>	<p>UC12S1 Χρήση κατάλληλων τεχνικών για τη συλλογή των διαθέσιμων πληροφοριών από κάθε μέσο υποστήριξης</p> <p>UC12S2 Οργάνωση και αξιολόγηση της διαδικασίας συλλογής και επεξεργασίας των πληροφοριών</p> <p>UC12S3 Χρήση και ενημέρωση μιας βάσης δεδομένων εμπορικών επαφών</p> <p>UC12S4 Τακτική ενημέρωση και εμπλουτισμός του συστήματος εμπορικής πληροφόρησης</p> <p>UC12S5 Επικοινωνία με στόχο την προετοιμασία λήψης αποφάσεων</p>	<p>UC12WC1 Διεξαγωγή μεθοδικής εποπτείας με τη βοήθεια εργαλείων πληροφορικής</p>	<p><u>2. Περιβάλλον συστημάτων πληροφορικής</u></p> <p>2.2 Συνιστώσες και λειτουργικότητες στη διαμόρφωση περιβάλλοντος συστημάτων πληροφορικής</p> <p>2.3 Εργαλεία ηλεκτρονικής επικοινωνίας</p> <p>2.4 Προστασία δεδομένων</p> <p>2.5 Βάση δεδομένων υπαρχόντων και πιθανών πελατών</p> <p><u>5. Επικοινωνία</u></p> <p>5.2 Κόστος και αποτελεσματικότητα της πληροφορίας</p> <p>5.3 Διαχείριση πληροφοριών</p>
UC2: Εξαγωγικές πωλήσεις			
<p>UC21 Διασφάλιση νέων και παρακολούθηση των υπαρχόντων</p>	<p>UC21S1 Προσδιορισμός και επιλογή των στόχων με βάση τα ειδικά χαρακτηριστικά των ξένων αγορών</p>	<p>UC21WC1 Επικοινωνία με τις επαφές, χρήση και διεύρυνση του δικτύου επαγγελματικών</p>	<p><u>1. Διεθνές μάρκετινγκ</u></p> <p>1.8 Σχέδιο αναζήτησης νέων πελατών</p> <p>1.9 Ανάλυση της ζήτησης της αγοράς</p>

<p>πελατών/ εταιρών</p>	<p>UC21S2 Αξιολόγηση των δυνατοτήτων των υπαρχόντων πελατών</p> <p>UC21S3 Οργάνωση των μεθόδων διασφάλισης νέων πελατών και επικοινωνία με πιθανούς πελάτες</p> <p>UC21S4 Ανάλυση, αξιολόγηση και παρακολούθηση των μεθόδων διασφάλισης πιθανών πελατών</p> <p>UC21S5 Σύσταση, διαχείριση και ενημέρωση ενός επαρκούς και πολυπολιτισμικού δικτύου επαφών</p> <p>UC21S6 Υποστήριξη ενός δικτύου πωλήσεων και ενός χαρτοφυλακίου πελατών</p>	<p>επαφών</p> <p>UC21WC2</p> <p>Συμμόρφωση με τη νομοθεσία με γνώμονα τα συμφέροντα της επιχείρησης</p> <p>UC21WC3 Ομαδική εργασία</p>	<p>1.10 Εμπορική και χρηματοοικονομική ανάλυση υπαρχόντων και πιθανών πελατών</p> <p>1.11 Ποιότητα υπηρεσιών προς τους πελάτες</p> <p>1.12 Δίκτυα διανομής</p> <p><u>5. Επικοινωνία</u></p> <p>5.4 Διαπροσωπική επικοινωνία (προφορική και μη προφορική επικοινωνία, τεχνικές διεξαγωγής συνεντεύξεων πρόσωπο με πρόσωπο και τηλεφωνικώς)</p> <p>5.5 Γραπτή επικοινωνία (εργαλεία εξωτερικής επικοινωνίας)</p> <p><u>6. Ξένες γλώσσες</u></p>
<p>UC22 Διαπραγμάτευση</p>	<p>UC22S1 Σύνταξη προσαρμοσμένης προσφοράς</p> <p>UC22S2 Προετοιμασία και οργάνωση της αποστολής πώλησης</p> <p>UC22S3 Διαπραγμάτευση σε ξένη γλώσσα με</p>	<p>UC22WC1 Εξάσκηση της ενεργούς ακρόασης και της ενσυναίσθησης</p>	<p><u>1. Διεθνές μάρκετινγκ</u></p> <p>1.13. Ορισμός και προσαρμογή μιας εμπορικής προσφοράς (προϊόν/ υπηρεσία)</p> <p><u>7. Διαπραγμάτευση</u></p> <p>7.1 Στρατηγικές και τεχνικές διαπραγμάτευσης</p> <p>7.2 Εργαλεία ενίσχυσης πωλήσεων (σημεία πώλησης, μέθοδοι υποστήριξης των πωλήσεων, ...)</p>

	τους ξένους πελάτες/ εταιρους		<p>7.3 Αναφορές και εκθέσεις εμπορικών εργασιών</p> <p><u>4. Εργαλεία διαχείρισης</u></p> <p>4.2 Κόστος, περιθώρια, τιμές και τελωνειακοί δασμοί</p> <p>4.3 Στατιστική ανάλυση πωλήσεων</p> <p>4.4 Ανάλυση αξίας πελάτη</p> <p>4.5 Προϋπολογισμός ταμείου και πώλησης</p> <p>4.6 Τιμολόγηση, ΦΠΑ</p> <p><u>6. Ξένες γλώσσες</u></p>
UC3: Εισαγωγικές αγορές			
UC31 Επιλογή πηγών για τον προσδιορισμό πιθανών προμηθευτών	<p>UC31S1 Προσδιορισμός πιθανών προμηθευτών</p> <p>UC31S2 Επιλογή πιθανών προμηθευτών</p>	<p>UC31WC1 Προετοιμασία ενός πλάνου εργασίας και ενός καταλόγου προτεραιοτήτων</p> <p>UC31WC2 Διασφάλιση της τήρησης των προδιαγραφών και των προτύπων ποιότητας</p>	<p><u>8. Μάρκετινγκ αγορών</u></p> <p>8.1 Πολιτική αγορών</p> <p>8.2 Κυκλώματα και δίκτυα εφοδιασμού</p> <p>8.3 Αρχές λειτουργίας των θέσεων εργασίας, των πλατφορμών αγοράς, των δημοπρασιών on-line</p> <p>8.4 Τρόποι αναζήτησης πιθανών προμηθευτών</p> <p>8.5 Κριτήρια επιλογής πιθανών προμηθευτών</p>

<p>UC32 Οργάνωση των διαπραγματεύσεων</p>	<p>UC32S1 Αποστολή πρόσκλησης για υποβολή προσφορών στους προεπιλεγμένους προμηθευτές</p> <p>UC32S2 Προετοιμασία και οργάνωση των διαπραγματεύσεων με έναν ξένο προμηθευτή</p> <p>UC32S3 Αξιολόγηση των προσφορών και των προμηθευτών</p>	<p>UC32WC1 Υιοθέτηση συμπεριφοράς σύμφωνης με τους κανονισμούς και ικανότητα προαγωγής των συμφερόντων της επιχείρησης</p>	<p><u>8. Μάρκετινγκ αγορών</u></p> <p>8.6 Διαδικασία αγοράς: εντοπισμός των αναγκών και των ιδιαιτεροτήτων</p> <p>8.7 Διεθνής πρόσκληση υποβολής προσφορών - αίτηση υποβολής προσφορών</p> <p>8.8 Τελωνειακό καθεστώς και διαχείριση κινδύνων</p> <p>8.9 Εργαλεία και μέθοδοι αξιολόγησης και σύγκρισης προσφορών και προμηθευτών</p> <p>8.10 Σύμβαση αγοράς</p> <p>8.11 Γενικοί όροι πώλησης</p> <p><u>4 Εργαλεία διαχείρισης</u></p> <p>4.7 Διαχείριση προμηθειών</p> <p>4.8 Συνιστώσες τιμής κόστους στις εισαγωγές</p> <p>4.9 Προϋπολογισμοί προμηθειών και αγορών</p> <p>4.10 Τρόποι αξιολόγησης της αποδοτικότητας των προμηθευτών</p> <p><u>7. Διαπραγμάτευση</u></p> <p>7.4 Διαπραγμάτευση αγορών</p>
---	---	--	--

UC4: Διεύθυνση και διαχείριση εργασιών διεθνούς εμπορίου

<p>UC41 Επιλογή παροχών υπηρεσιών σε εργασίες διεθνούς εμπορίου</p>	<p>UC41S1 Προσδιορισμός και αναζήτηση των παροχών υπηρεσιών για εργασίες διεθνούς εμπορίου (ασφάλειες, διοικητική μέριμνα, χρηματοδοτήσεις)</p> <p>UC41S2 Κατάρτιση ποιοτικής και ποσοτικής ανάλυσης των διαφόρων παροχών υπηρεσιών με βάση τα καθορισμένα κριτήρια</p> <p>UC41S3 Αξιολόγηση της απόδοσης των παροχών υπηρεσιών</p> <p>UC41S4 Επικοινωνία και διαπραγμάτευση με πιθανούς παροχείς υπηρεσιών</p> <p>UC41S5 Παροχή των στοιχείων που απαιτούνται από τις αρμόδιες υπηρεσίες της επιχείρησης προκειμένου να καταρτιστούν οι συμβάσεις εταιρικών σχέσεων ή παροχής υπηρεσιών</p>		<p><u>2. Περιβάλλον συστημάτων πληροφορικής</u></p> <p>2.7 Εργαλεία λογισμικού για τη διαχείριση διεθνών εμπορικών εργασιών</p> <p>2.8 EDI (ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων) και Web EDI</p> <p><u>9 Διαχείριση</u></p> <p>9.1 Αποφάσεις και διαδικασία λήψης αποφάσεων</p> <p>9.2 Διαχείριση έργου</p> <p><u>10 Διεθνείς εμπορικές τεχνικές</u></p> <p>10.1 Παροχείς υπηρεσιών διεθνών εργασιών</p> <p>10.2 Κριτήρια επιλογής πιθανών παροχών</p> <p>10.3 Επιλογή μεταξύ εξωτερικής και εσωτερικής ανάθεσης των διεθνών εμπορικών εργασιών</p> <p>10.4 Παρακολούθηση των παροχών που επιλέχθηκαν</p>
<p>UC42</p> <p>Διασφάλιση της παρακολούθησης της τεκμηρίωσης</p>	<p>CUC42S1 Συντονισμός της διεύθυνσης πωλήσεων και αγορών</p> <p>UC42S2 Υλοποίηση της παρακολούθησης της</p>	<p>UC42WC1 Διασφάλιση της καλής εκτέλεσης των εργασιών με εφαρμογή των κατάλληλων διαδικασιών, αποφυγή</p>	<p><u>10 Διεθνείς εμπορικές τεχνικές</u></p> <p>10.5 Διεθνής διοικητική μέριμνα</p>

<p>των εργασιών</p>	<p>αλυσίδας τεκμηρίωσης (εισαγωγές και εξαγωγές)</p> <p>UC42S3 Καθορισμός και εφαρμογή εναλλακτικών και προσαρμοσμένων λύσεων με στόχο την υπέρβαση ενδεχόμενων δυσκολιών</p> <p>UC42S4 Έλεγχος της ποιότητας</p> <p>UC42S5 Διασφάλιση της διαχείρισης της ποιότητας της εξυπηρέτησης πελατών (Relationship Management-SRM)</p>	<p>προβλημάτων και συγκρούσεων</p> <p>CUC42WC2 Βέλτιστη κατανομή χρόνου και πόρων</p> <p>UC42WC3 Δημιουργία σταθερών σχέσεων με τους κατάλληλους εταίρους</p>	<p>10.6 Incoterms</p> <p>10.7 Μέσα μεταφοράς, τιμολόγησης, επιλογής και συμβάσεις</p> <p>10.8 Διαχείριση της αλυσίδας τεκμηρίωσης των διεθνών εργασιών</p> <p>10.9 Μέσα και τεχνικές πληρωμής</p> <p>10.10 Τρόποι χρηματοδότησης των τρεχουσών εμπορικών εργασιών (εισαγωγές και εξαγωγές)</p> <p>10.11 Διαχείριση τελωνειακών διαδικασιών</p> <p>10.12 Τρόποι κάλυψης κινδύνων (εμπορικών και πολιτικών, μεταφοράς, μη συμμόρφωσης...)</p> <p>10.13 Συμβάσεις πώλησης και διανομής σε διεθνές επίπεδο</p> <p>10.14 Πολιτική τιμών</p> <p>10.15 Διαχείριση επεισοδίων</p> <p>10.16 Δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, διπλώματα ευρεσιτεχνίας και εμπορικά σήματα</p> <p><u>4. Εργαλεία διαχείρισης</u></p> <p>4.11. Διαχείριση των λογαριασμών των πελατών και διαχείριση ταμείου</p> <p>4.12. Διαγράμματα τάσης</p> <p>4.13. Χρηματοοικονομικά μαθηματικά</p> <p><u>9 Διεύθυνση</u></p>
---------------------	---	---	--

			9.3. Οργάνωση και διαχείριση του χρόνου
UC5 Διαχείριση σχέσεων σε ένα πολυπολιτισμικό πλαίσιο			
UC51 Ξένη γλώσσα εμπορικής δραστηριότητας A	UC51S1 Ευρωπαϊκό χαρτοφυλάκιο γλωσσών - επίπεδο B2		
UC52 Ξένη γλώσσα εμπορικής δραστηριότητας B	UC52S1 Ευρωπαϊκό χαρτοφυλάκιο γλωσσών - επίπεδο B2		
UC53 Διαχείριση και επικοινωνία σε διαπολιτισμικό επίπεδο	<p>UC53S1 Συγκέντρωση, ανάλυση και επιλογή των πληροφοριών που αφορούν διαδικασίες λήψης αποφάσεων και μέθοδοι διαπραγμάτευσης σε διάφορες χώρες</p> <p>UC53S2 Συγκέντρωση πληροφοριών που αφορούν κοινωνικές και πολιτισμικές πρακτικές με στόχο την αποτελεσματική επικοινωνία με τις ξένες επαφές</p> <p>UC53S3 Ενωμάτωση, εφαρμογή και εμπλουτισμός του πολυπολιτισμικού δικτύου ξένων επαφών</p> <p>UC53S4 Ενίσχυση, προώθηση και διαχείριση του δικτύου πωλήσεων και επαφών</p>	<p>UC53WC1 Αξιοποίηση της εμπειρίας, εφαρμογή των καλών πρακτικών</p> <p>UC53WC2 Εξέταση των πολιτισμικών διαφορών στον κόσμο του εμπορίου</p>	<p><u>11. Διαχείριση και επικοινωνία σε διαπολιτισμικό επίπεδο</u></p> <p>11.1 Υποδείγματα διαπολιτισμικής επικοινωνίας</p> <p>11.2 Υποδείγματα διαπολιτισμικής διαχείρισης</p> <p>11.3 Διαχείριση πολυπολιτισμικών ομάδων (διαπροσωπική επικοινωνία, συγκεντρώσεις, επικοινωνία σε επίπεδο ομάδας)</p> <p>11.4 Πολιτισμικές πρακτικές (έθιμα)</p> <p><u>3 Περιβάλλον</u></p> <p>3.3.5 Νομικό πλαίσιο εργασιακών σχέσεων για άτομα και ομάδες (εργασιακός κώδικας)</p> <p><u>1. Διεθνές μάρκετινγκ</u></p> <p>1.13 Ενίσχυση των δικτύων πώλησης (αντιπρόσωποι, εισαγωγείς, τελικός διανομέας, εικονικές ομάδες, αμοιβή, παροχή κινήτρων, προώθηση, έλεγχος)</p>

