

**STANDARD MINIMO DI PERCORSO FORMATIVO
PROFILO PROFESSIONALE TECNICO COMMERCIALE - MARKETING**

1. RAPPORTO FRA UNITÀ DI COMPETENZE E UNITÀ DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO

Unità di Competenze	Unità di Risultati di Apprendimento
--	Unità di risultati di apprendimento "Inquadramento della professione"
Analisi mercato di riferimento	Unità di risultati di apprendimento "Elementi di statistica ed economia"
	Unità di risultati di apprendimento "Analizzare il mercato di riferimento"
Configurazione offerta di prodotto/servizio	Unità di risultati di apprendimento "Definire l'offerta di prodotto/servizio"
Posizionamento offerta di prodotto/servizio	Unità di risultati di apprendimento "Sviluppare un piano di marketing operativo"
	Unità di risultati di apprendimento "Esercitazioni su Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing"
Conversione operativa strategia commerciale	Unità di risultati di apprendimento "Gestire la rete di vendita"
	Unità di risultati di apprendimento "Applicare tecniche di trade marketing"
--	Unità di risultati di apprendimento "Sicurezza sul luogo di lavoro"

2. LIVELLO EQF DELLA QUALIFICAZIONE IN USCITA: 5

3. REQUISITI OBBLIGATORI DI ACCESSO AL PERCORSO

Titoli di studio:

- Possesso di diploma di scuola secondaria di secondo grado.
- Coloro che hanno conseguito un titolo di studio all'estero, devono presentare una dichiarazione di valore o un documento equipollente/corrispondente, che ne attesti l'equipollenza/corrispondenza di valore con i titoli rilasciati nello Stato di provenienza, ai fini della verifica dei livelli di scolarizzazione.

Conoscenza linguistica:

- Per i cittadini stranieri è indispensabile la conoscenza della lingua italiana, almeno al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, restando obbligatorio lo svolgimento delle specifiche prove valutative in sede di selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente.

Permesso di soggiorno per cittadini extracomunitari

- I cittadini extracomunitari devono disporre di regolare permesso di soggiorno valido per l'intera durata del percorso.

4. ARTICOLAZIONE, PROPEDEUTICITÀ E DURATE MINIME

N.	Articolazione dell'Unità di competenze	Unità di risultati di apprendimento	Durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
1.	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientamento al ruolo • Aspetti contrattualistici, fiscali e previdenziali • Fondamenti di organizzazione aziendale: struttura, funzioni, processi lavorativi 	<i>"Inquadramento della professione"</i>	20	--	Non ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
2	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementi di base di statistica ed economia 	<i>"Elementi di statistica ed economia"</i>	20	--	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
3	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Principali metodologie della ricerca di mercato: indagini di scenario, ricerche sui comportamenti d'acquisto, ecc. • Metodologie e strumenti di benchmarking • Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Decodificare i feedback del mercato di riferimento in termini evolutivi: tendenze di prodotto, logiche di cambiamento, fattori di rischio e sviluppo, ecc. • Identificare il sistema di offerta dei competitor - sia in termini qualitativi che quantitativi - assumendone i punti di forza attraverso azioni e strategie di benchmarking • Identificare nuove aree geografiche in cui effettuare azioni per l'acquisizione di nuove fette di mercato • Interpretare spinte motivazionali e logiche comportamentali dei consumatori finali, delineandone la propensione all'acquisto a fini previsionali della domanda di mercato 	<i>"Analizzare il mercato di riferimento"</i>	32	max 4	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
4	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Studio del prodotto/servizio in funzione della strategia commerciale • Modalità di definizione di un target di utenza • Usi e costumi dei potenziali target di riferimento • Metodologie e tecniche di elaborazione dei dati raccolti 	<i>"Definire l'offerta di prodotto/servizio"</i>	32	max 4	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza

N.	Articolazione dell'Unità di competenze	Unità di risultati di apprendimento	Durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
	<p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definire le caratteristiche connotative del prodotto/servizio in coerenza con gli obiettivi di profitto prefissati • Identificare le caratteristiche proprie del target clienti individuato in funzione del bisogno/obiettivo emerso, esplicitando modalità e finalità di soddisfazione dello stesso • Tradurre le caratteristiche di maggiore fruibilità del prodotto/servizio in termini di fattori chiave di vendita (key selling factors) • Valutare le performance dei prodotti/servizi offerti, in relazione alla qualità attesa ed il livello di preferenza accordato 				
5	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelli e strumenti di marketing strategico: posizionamento prodotto, ecc. • Modelli e strumenti di marketing operativo: meccanismi e strategie di comunicazione pubblicitaria, leva promozionale, etc. • La qualità del servizio nei processi marketing-vendite: comportamenti professionali, indicatori, ecc. • Terminologia tecnica di settore in inglese <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Applicare una politica prezzi sostenibile in rapporto alle condizioni di mercato e di profitto stabilite • Concepire piani di consolidamento delle quote di mercato già acquisite, nonché di penetrazione in nuovi mercati • Elaborare dati ed informazioni a supporto della politica prezzi da assumere • Identificare il settore di mercato obiettivo in cui posizionare il prodotto/servizio: nicchia, segmento o mercato allargato • Definire e/o collaborare alla definizione del piano di promozione e comunicazione 	<i>“Sviluppare un piano di marketing operativo”</i>	52	max 8	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
6	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elementi di base di applicazioni software del sistema Windows e servizi e funzioni internet • Software applicativi e servizi web-based 	<i>“Esercitazioni su Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing”</i>	20	max 4	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza

N.	Articolazione dell'Unità di competenze	Unità di risultati di apprendimento	Durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
	per la gestione commerciale-marketing				
7	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • I sistemi di distribuzione: GDO, vendita in franchising, etc. • Sviluppo della rete di vendita • Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita • Tecniche di progettazione e implementazione di piani e programmi di lavoro • Norme sulla gestione della qualità ISO 9000 nella versione corrente • Contrattualistica e tutela dei crediti • Tecniche di analisi economiche e di budgeting per il calcolo della ripartizione degli investimenti: marketing/sell-in • Gestione delle relazioni con l'area produzione <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuare modalità di organizzazione, gestione e sviluppo del personale di vendita • Interpretare report previsionali e a consuntivo sull'andamento delle vendite, analizzandone gli scostamenti rispetto agli obiettivi previsti • Valutare la tipologia di canale distributivo, di organizzazione e diversificazione geografica della rete vendita, tenendo conto delle modalità e dei termini di approvvigionamento 	<i>"Gestire la rete di vendita"</i>	52	max 8	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
8	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le leve del trade marketing <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concepire modelli e strutture espositive per il display standard e promozionale dei prodotti/servizi offerti, utilizzando tecniche di trade marketing 	<i>"Applicare tecniche di trade marketing"</i>	40	max 8	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
Nota ¹	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Norme e disposizioni a tutela della sicurezza dell'ambiente di lavoro <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prevenire e ridurre il rischio professionale, ambientale e del beneficiario • Sicurezza sul luogo di lavoro 	<i>"Sicurezza sul luogo di lavoro"</i>	8	max 4	Amnesso credito di frequenza con valore a priori, riconosciuto a chi ha già svolto con idonea attestazione (conformità settore di rife-

N.	Articolazione dell'Unità di competenze	Unità di risultati di apprendimento	Durata minima	di cui in FaD	Crediti formativi
					rimento e validità temporale) il corso conforme all'Accordo Stato – Regioni del 21/12/2011 – Formazione dei lavoratori ai sensi dell'art. 37, comma 2 del D.lgs. 81/2008
DURATA MINIMA TOTALE AL NETTO DI EVENTUALE TIROCINIO CURRICULARE			276	Max 40	

5. TIROCINIO CURRICULARE

Durata minima 50 ore, durata massima 30% sul totale del percorso.

6. UNITA' DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO AGGIUNTIVE

A scopo di miglioramento/curvatura della progettazione didattica, nel limite massimo del 10% delle ore totali di formazione, al netto del tirocinio curriculare.

7. METODOLOGIA DIDATTICA

Le unità di risultato di apprendimento vanno realizzate attraverso attività di formazione d'aula specifica e metodologia attiva, utilizzando, se necessario, laboratori pratici, in particolare per l'unità di risultati di apprendimento n. 6.

8. VALUTAZIONE DIDATTICA DEGLI APPRENDIMENTI

Obbligo di tracciabile valutazione didattica degli apprendimenti per singola Unità di risultati di apprendimento.

9. GESTIONE DEI CREDITI FORMATIVI

- Crediti di ammissione: --
- Crediti formativi di frequenza: La percentuale massima riconoscibile è il 30% sulla durata di ore d'aula o laboratorio; 100% su eventuale tirocinio.

10. REQUISITI PROFESSIONALI E STRUMENTALI

Qualificazione dei formatori, di cui almeno il 50% esperti provenienti dal mondo del lavoro, in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento; presenza di aule e laboratori adeguatamente attrezzati.

11. ATTESTAZIONE IN ESITO RILASCIATA DAL SOGGETTO ATTUATORE

Documento di formalizzazione degli apprendimenti, con indicazione del numero di ore di effettiva frequenza. Condizioni di ammissione all'esame finale: frequenza di almeno l'80% delle ore complessive del percorso formativo. È consentita l'ammissione all'esame finale anche a fronte della frequenza di almeno il 70% delle ore complessive del percorso formativo, previo parere favorevole - documentato - del collegio dei docenti/formatori.

12. ATTESTAZIONE IN ESITO AD ESAME PUBBLICO

Certificato di qualificazione professionale rilasciato ai sensi del D.lgs. 13/2013.