

CATALOGO DEL SAPERE

1. Denominazione modulo: GESTIONE COMMERCIALE

2. Obiettivi di orientamento:

L'allievo/l'allieva:

- tutela la salute e l'ambiente;
- usa razionalmente l'energia, il materiale e il tempo;
- pianifica e organizza il proprio lavoro;
- sviluppa le abilità, le capacità e i comportamenti imprenditoriali;
- comunica con i clienti, con le istituzioni esterne...;
- assicura la qualità del lavoro nell'ambiente lavorativo in conformità ai regolamenti e agli standard;
- sviluppa le qualità personali che gli consentono di lavorare con successo - comunicazione, lavoro di squadra, onestà, diligenza, perseveranza, responsabilità e intraprendenza;
- sviluppa la curiosità e la disponibilità all'apprendimento permanente;
- accetta i principi dell'etica professionale e dell'etica negli affari ed agisce in base ad essi;
- padroneggia i concetti, i fatti e le leggi nel campo degli affari commerciali;
- padroneggia i procedimenti di fornitura, di vendita e di magazzinaggio;
- gestisce la procedura di reclamo;
- è consapevole dell'importanza della comunicazione di marketing;
- è in grado di padroneggiare le moderne tecnologie di comunicazione ed i software commerciali
- acquisisce le competenze necessarie per la gestione dei registri e dell'archiviazione della documentazione di lavoro;
- applica con perizia le procedure per la determinazione della qualità dei prodotti;
- è consapevole dell'importanza delle normative di legge sulla qualità delle merci.

3. Moduli tematici:

1. Acquisti e vendite
2. Comunicazione di marketing
3. Classificazione delle merci

1. Modulo tematico: Acquisti e vendite

Competenze professionali

SIGLA	
NIP1	Comprensione dei procedimenti di acquisto, di magazzinaggio e di vendita.
NIP2	Conoscenza e utilizzo della documentazione commerciale.

Obiettivi operativi

Obiettivi informativi	Obiettivi formativi
<ul style="list-style-type: none"> – descrive la legislazione commerciale nazionale, nell'UE e quella internazionale – descrive e spiega il processo di ordinazione delle merci – elenca e descrive la documentazione relativa agli acquisti (richiesta, ordine di acquisto...) – classifica la procedura di ricevimento e per immagazzinare le merci – elenca e descrive la documentazione del magazzino (documento di consegna, nota di carico ...) – utilizzando degli esempi espone il processo di vendita delle merci – elenca e descrive la documentazione di vendita (offerta, documentazione...) – conosce la procedura dei reclami e valuta le modalità di risoluzione delle controversie 	<ul style="list-style-type: none"> – è consapevole dell'importanza della conoscenza della legislazione – esegue autonomamente il processo di ordinazione – compila la documentazione attinente gli acquisti – riceve merci controllando la quantità e la qualità e procede allo stoccaggio – compila la documentazione del magazzino – è consapevole dell'importanza del processo di vendita – compila autonomamente un'offerta, una richiesta, una fattura... – è consapevole dell'importanza dei documenti (fattura, dichiarazione, istruzioni tecniche, certificato di conformità, certificato di garanzia...) – compila il registro dei reclami ed è consapevole dell'importanza di una loro corretta risoluzione

2. Modulo tematico: Comunicazione di mercato

Competenze professionali

SIGLA	
TKO1	Analisi dell'ambiente di marketing, dei mercati di consumo e nel comportamento di acquisto.
TKO2	Conoscere i metodi di fissazione dei prezzi e confrontare diversi canali di marketing.
TKO3	Progettare le strategie di web marketing.

Obiettivi operativi

Obiettivi informativi	Obiettivi formativi
<ul style="list-style-type: none"> – spiega i diversi tipi d'ambienti di marketing – in base a diversi criteri definisce i mercati di consumo – distingue tra diversi comportamenti d'acquisto dei clienti – conosce i metodi di fissazione dei prezzi e spiega il processo di calcolo del prezzo – confronta diversi canali di acquisto e di vendita, – descrive gli scopi fondamentali della pubblicità – combina diverse forme e metodi della 	<ul style="list-style-type: none"> – analizza l'ambiente di marketing attraverso sondaggi, interviste, con osservazione... – attraverso vari criteri effettua un'analisi di mercato – utilizza strategie di marketing diverse a seconda del comportamento d'acquisto dei clienti – effettua il calcolo del prezzo – utilizza il percorso di approvvigionamento e di vendita ottimali – crea un annuncio promozionale – sceglie forme e modalità adeguate per le

<p>comunicazione di marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> – differenzia e descrive i diversi modi di incremento delle vendite – pianifica la vendita della merce a condizioni particolari (offerte, promozioni, saldi, degustazioni) 	<p>campagne di marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> – crea e presenta una campagna promozionale di vendita
---	---

3. Modulo tematico: Classificazione delle merci

Competenze professionali

SIGLA	
RBL1	Classificazione delle merci e conoscenza dei fattori che influenzano il loro valore.
RBL2	Distinguere tra diverse tipologie di merci e conoscerne le proprietà.
RBL3	Comprendere l'importanza della classificazione delle merci e gli obiettivi della standardizzazione.

Obiettivi operativi

Obiettivi informativi	Obiettivi formativi
<ul style="list-style-type: none"> – identifica diverse tipologie di merci – analizza e descrive i fattori che influenzano il loro valore d'uso – descrive diverse tipologie di merci: alimentari, tessili, tecniche, ... – distingue tra diverse tipologie di merci – descrive la classificazione e la denominazione delle merci – conosce gli obiettivi della standardizzazione e l'adozione di varie tipologie di standard 	<ul style="list-style-type: none"> – classifica le merci in base alla loro destinazione d'uso – conosce diverse tipologie di merce e sa valutarle nel corso delle operazioni commerciali – classifica le merci secondo determinate categorie – utilizza gli standard sloveni – è in grado di comprendere i contrassegni degli standard