

REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

| STANDARD FORMATIVO | |
|---|---|
| Denominazione Standard Formativo | Esperto commerciale-marketing |
| Livello EQF | 6 |
| Settore Economico Professionale | SEP 24 - Area comune |
| Area di Attività | ADA.24.04.02 - Sviluppo del piano operativo di marketing (marketing mix) ADA.24.04.06 - Pianificazione strategica della rete di vendita diretta e online ADA.24.04.07 - Programmazione e monitoraggio della rete di vendita diretta |
| Processo | Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni |
| Sequenza di processo | Marketing strategico e operativo Pianificazione e gestione commerciale |
| Qualificazione regionale di riferimento | Esperto commerciale-marketing |
| Descrizione qualificazione | L'Esperto commerciale-marketing è responsabile dell'attuazione degli obiettivi della politica commerciale dell'azienda. Le sue attività sono, da una parte, rivolte a definire, qualificare, specificare le strategie commerciali dell'azienda e ad individuare le azioni più adatte a raggiungerli, dall'altra ad organizzare e gestire le risorse assegnategli per il conseguimento dei budget stabiliti, in particolare organizzando e coordinando la forza di vendita ed intervenendo nei casi più importanti direttamente nella trattativa col cliente o nella stipula di accordi commerciali. |
| Referenziazione ATECO 2007 | M.70.22.09 - Altre attività di consulenza imprenditoriale e altra consulenza amministrativo-gestionale e pianificazione aziendale M.73.20.00 - Ricerche di mercato e sondaggi di opinione N.82.20.00 - Attività dei call center N.82.91.20 - Agenzie di informazioni commerciali |
| Referenziazione ISTAT CP2011 | 3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione 3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing |
| Codice ISCED-F 2013 | 0414 Marketing and advertising |
| Durata minima complessiva del percorso (ore) | 300 |
| Durata minima di aula (ore) | 150 |
| Durata minima laboratorio (ore) | 0 |
| Durata minima delle attività di aula e laboratorio rivolte alle KC (ore) | 20 |
| Durata massima DAD aula | 210 |
| Durata massima FAD aula | 84 |
| Durata minima tirocinio in impresa (ore) | 0 |
| Durata minima stage + Laboratorio (ore) | 90 |
| Requisiti minimi di ingresso dei partecipanti | Possesso di titolo di studio / qualifica professionale attestante il raggiungimento di un livello di apprendimento pari almeno a EQF 5, acquisito nell'ambito degli ordinamenti di istruzione o nella formazione professionale, fatto salvo quanto disposto alla voce "Gestione dei crediti formativi". Per quanto riguarda coloro che hanno conseguito un titolo di studio all'estero occorre presentare una dichiarazione di valore o un documento equipollente/corrispondente che attesti il livello del titolo medesimo. Per i cittadini stranieri è inoltre necessario il possesso |

| | |
|--|--|
| | di un attestato, riconosciuto a livello nazionale e internazionale, di conoscenza della lingua italiana ad un livello non inferiore al B2 del QCER. In alternativa, tale conoscenza deve essere verificata attraverso un test di ingresso da conservare agli atti del soggetto formatore. Sono dispensati dalla presentazione dell'attestato i cittadini stranieri che abbiano conseguito il diploma di scuola secondaria superiore presso un istituto scolastico appartenente al sistema italiano di istruzione. Tutti i requisiti devono essere posseduti e documentati dal corsista al soggetto formatore entro l'inizio delle attività. Non è ammessa alcuna deroga |
| Requisiti minimi didattici comuni a tutte le UF/segmenti | Formazione d'aula specifica e formazione tecnica mediante attività pratiche/ laboratoriali |
| Requisiti minimi di risorse professionali | Docenti qualificati, provenienti per almeno il 50% dal mondo del lavoro. I docenti devono possedere un titolo di studio adeguato all'attività formativa da realizzare e una documentata esperienza professionale e/o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento. Per i docenti impegnati unicamente in attività formative di natura pratica/laboratoriale, i predetti requisiti si riducono al possesso della sola documentata esperienza professionale e/o di insegnamento almeno triennale strettamente attinente l'attività formativa da realizzare. I tutor di stage / tirocinio devono possedere titolo di studio adeguato all'attività formativa da realizzare e, nello specifico, una documentata esperienza professionale almeno triennale nel settore di riferimento |
| Requisiti minimi di risorse strumentali | È necessario disporre di aule e/o laboratori congruamente attrezzati |
| Requisiti minimi di valutazione e di attestazione degli apprendimenti | 1. Prevedere verifiche periodiche di apprendimento a conclusione di ogni UF. 2. Condizione minima di ammissione all'esame finale è la frequenza di almeno l'80% delle ore complessive del percorso formativo. 3. Esame finale pubblico in conformità alle disposizioni regionali vigenti. La valutazione finale ha lo scopo di verificare l'acquisizione delle competenze previste dal corso. 4. Certificazione rilasciata al termine del percorso: "Certificazione di qualifica professionale" per "Esperto commerciale-marketing" |
| Grado minimo d'istruzione previsto | Licenza media + Qualificazione EQF 3 |
| Età minima prevista | 18 anni |
| Gestione dei crediti formativi | E' ammesso il riconoscimento dei crediti formativi (di ammissione e di frequenza) in conformità alle disposizioni previste dalla normativa regionale vigente, salvo quanto altrimenti disposto |
| Eventuali ulteriori indicazioni | |

ELENCO DELLE UNITA' FORMATIVE

- 1 - Pianificazione della politica commerciale aziendale
- 2 - Gestione delle trattative commerciali e delle vendite
- 3 - Coordinamento della rete di vendita diretta

CORSI ANNUALITÀ

| Anno | Ore | Esame Intermedio |
|----------------|------------|-------------------------|
| 1° Anno | 300 | No |

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.1

| | |
|--|--|
| Denominazione unità formativa | Pianificazione della politica commerciale aziendale |
| Livello EQF | 6 |
| Denominazione unità di competenza | Pianificazione della politica commerciale aziendale (3080) |
| Risultato formativo atteso | Politica commerciale aziendale pianificata. |
| Abilità | <ol style="list-style-type: none">1. Applicare metodi e tecniche di ricerca ed analisi dei dati relativi al mercato obiettivo (vendite, prezzi, canali di distribuzione, qualità dei prodotti, ecc.)2. Analizzare le caratteristiche dell'offerta e della domanda nello specifico campo di business3. Elaborare il piano della domanda di prodotti gestiti in vendita diretta a supporto della programmazione della produzione4. Elaborare i piani di miglioramento della rete di vendita diretta5. Definire il listino prezzi in base all'analisi dei costi, della concorrenza e del posizionamento sul mercato6. Definire le strategie di copertura distributiva e la tipologia dei canali distributivi |
| Conoscenze | <ol style="list-style-type: none">1. Marketing operativo2. Metodologie di ricerca ed analisi dei dati3. Strategie commerciali e di marketing (offerte speciali, promozioni, sconti, ecc.)4. Tecniche di benchmarking5. Tipologie e caratteristiche dei prodotti/servizi offerti6. Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita7. Marketing strategico8. Tecniche e strumenti di pianificazione delle attività9. Processi e servizi della distribuzione commerciale10. Strategie e politiche di prezzo |
| Vincoli (eventuali) | |

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.2

| | |
|--|--|
| Denominazione unità formativa | Gestione delle trattative commerciali e delle vendite |
| Livello EQF | 6 |
| Denominazione unità di competenza | Gestione delle trattative commerciali e delle vendite (3081) |
| Risultato formativo atteso | Trattative commerciali e vendite adeguatamente gestite. |
| Abilità | <ol style="list-style-type: none">1. Utilizzare software gestione commerciale2. Applicare tecniche di stesura di accordi commerciali3. Applicare tecniche di budgeting commerciale4. Utilizzare strumenti, metodi e tecniche di monitoraggio verifica e controllo della rispondenza tra risultati commerciali conseguiti e obiettivi di business programmati5. Implementare azioni mirate di comunicazione e promozione per la gestione e lo sviluppo del portafoglio clienti dell'impresa6. Coordinare e/o gestire la trattativa commerciale, nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta7. Elaborare i documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte8. Gestire le relazioni con le diverse aree organizzative dell'azienda (produzione, qualità, amministrazione, ecc.) a fronte di eventuali esigenze/criticità espresse dal cliente9. Sviluppare alleanze e partnership con altre imprese di fornitura o con clienti |
| Conoscenze | <ol style="list-style-type: none">1. Elementi di diritto commerciale2. Elementi relativi alla normativa su contratti e appalti3. Tecniche di comunicazione efficace4. Tecniche di negoziazione commerciale5. Tecniche e psicologie di vendita6. Tipologie e caratteristiche dei prodotti/servizi offerti7. Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing8. Tecniche di marketing operativo9. Processi e servizi della distribuzione commerciale10. Metodi di gestione del budget commerciale11. Metodi e strumenti di formalizzazione dell'offerta commerciale |
| Vincoli (eventuali) | |

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.3

| | |
|--|--|
| Denominazione unità formativa | Coordinamento della rete di vendita diretta |
| Livello EQF | 6 |
| Denominazione unità di competenza | Coordinamento della rete di vendita diretta (3082) |
| Risultato formativo atteso | Coordinamento delle risorse e delle attività della rete di vendita diretta. |
| Abilità | <ol style="list-style-type: none">1. Utilizzare software gestione commerciale2. Applicare tecniche di negoziazione3. Utilizzare tecniche di comunicazione efficace4. Organizzare le attività della rete di vendita diretta al fine di raggiungere gli obiettivi commerciali previsti5. Coordinare le risorse afferenti alla forza di vendita6. Affincare i venditori nelle trattative commerciali complesse7. Supervisionare i processi operativi e i flussi comunicativi tra la forza di vendita e gli altri dipartimenti o aree aziendali8. Monitorare le performance della forza di vendita, producendo report periodici |
| Conoscenze | <ol style="list-style-type: none">1. Elementi e tecniche di organizzazione del lavoro2. Marketing operativo3. Principi e tecniche di comunicazione e relazione interpersonale4. Tecniche di negoziazione commerciale5. Elementi di gestione delle risorse umane6. Tecniche di coordinamento e gestione di team7. Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing8. Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita9. Tecniche per la gestione dei conflitti10. Tecniche e strumenti di pianificazione delle attività11. Processi e servizi della distribuzione commerciale |
| Vincoli (eventuali) | |