

Materia: CODE Conoscenze del commercio al dettaglio	Curricolo SPC ICD Anno: 1° anno	Ore lezione sett.: trad. 1.5 / bl. 5 Ore lezione annue: trad. 54.75/bl.75
Obiettivo di formazione	Contenuti del programma	Metodo di valutazione
<p>Al termine del corso l'apprendista è in grado di:</p> <p>Capitolo 1:</p> <p>1.1 Capire l'importanza della prima impressione</p> <p>1.2 Capire l'importanza del proprio aspetto esteriore.</p> <p>1.3 Applicare le regole del comportamento corretto</p> <p>1.4 Sviluppare le strategie per lavorare in gruppo</p> <p>1.5 Conoscere la catena commerciale diretta e indiretta</p> <p>1.6 Conoscere i compiti del commercio all'ingrosso e del commercio al dettaglio</p> <p>1.7 Conoscere le aspettative dei consumatori</p> <p>1.8 Conoscere e capire l'interazione fra commercio al dettaglio e consumatori</p> <p>1.9 Applicare nella pratica le nozioni apprese</p> <p>Capitolo 2:</p> <p>2.1 Conoscere le particolarità del servizio e della consulenza alla clientela</p> <p>2.2 Conoscere e applicare le tecniche per svolgere un colloquio di vendita</p> <p>2.3 Avvio del colloquio di vendita</p> <p>2.4 Conoscere e applicare la tecnica per determinare il fabbisogno del cliente</p> <p>2.5 Applicare la tecnica di porre le domande</p>	<p>Il corso tratta gli argomenti nel capitolo 1 e 2:</p> <p>1.1 Come promuovere il primo contatto</p> <p>1.2 Prescrizioni: sull'abbigliamento e sulla cura del corpo</p> <p>1.3 Comportamento e caratteristiche di un ICD</p> <p>1.4 Team di lavoro: la gestione dei conflitti, l'ascolto, la critica costruttiva, l'aiuto reciproco</p> <p>1.5 I settori della Catena Commerciale</p> <p>1.6 Produzione: grossista, canale di smercio, vendita diretta e indiretta</p> <p>1.7 Prestazioni: per i dettaglianti, prestazioni per i produttori, differenza tra grandi e piccole aziende</p> <p>1.8 Saper essere. Fidelizzazione della clientela. Collegamento tra consumatore e produttore</p> <p>1.9 Discussione di un caso pratico</p> <p>2.1 Forme di vendita: Servizio Completo, Servizio parziale e Libero Servizio</p> <p>2.2 Distinguere: la fase di contatto, la fase dell'offerta, la fase conclusiva</p> <p>2.3 Importanza del saluto e del contatto visivo</p> <p>2.4 Il fabbisogno: tecnica delle domande: aperte, chiuse, di riformulazione</p> <p>2.5 Applicazione delle domande aperte, chiuse e guida</p> <p>2.6 Esporre: in modo tematico, le offerte secondarie, l'angolo delle azioni, il campo visivo</p> <p>2.7 La concezione di arredamento: stili e materiali</p>	<p>La valutazione dell'apprendista avviene nel modo seguente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 3 prove scritte per semestre • applicazione e partecipazione attiva alle lezioni. • esecuzione puntuale dei compiti • eventuali ricerche • interrogazioni orali

ML 2-02 Obiettivi d'insegnamento

<p>2.6 Conoscere e applicare i principi di presentazione della merce 2.7 Conoscere i mezzi ausiliari per presentare la merce 2.8 Conoscere i principi di esposizione della merce 2.9 Applicare nella pratica le nozioni apprese</p>	<p>2.8 Approfondire i principi dell'esposizione e la dimostrazione dei prodotti 2.9 Discussione di un caso pratico</p>	<p>Legenda delle competenze (IL 2-01 tassonomia, CPS, CM) : CPS: competenze personali e sociali CM: competenze metodologiche</p>
<p>Livello di attitudine (tassonomia): 3</p>	<p><u>Supporti didattici necessari:</u> Classificatore, negozio scuola, appunti, articoli d'attualità</p>	<p>Aggiornato da: BET - GAL Data: 01.10.2014</p>