

ML 2-02 Obiettivi d'insegnamento

Vers.
22.11.2007

Materia: CODE Conoscenze del commercio al dettaglio CONSULENZA	Curricolo: SPC ICD riqualifica Anno: 2° anno	Ore lezione settimanali: 4 Ore lezione annue: 146
Obiettivo di formazione	Contenuti del programma	Metodo di valutazione
Al termine del corso l'apprendista è in grado di: Capitolo 4: 4.1 Riconoscere i vari tipi di segmenti di clientela 4.2 Conoscere le nozioni base della comunicazione 4.3 Applicare le tecniche di argomentazione 4.4 Saper argomentare il prezzo 4.5 Saper gestire le obiezioni della clientela 4.6 Saper gestire la conclusione del colloquio di vendita 4.7 Conoscere le prestazioni di servizio 4.8 Eseguire vendite complementari e supplementari 4.9 Conoscere e applicare i modi di pagamento 4.10 Capire lo scopo della fidelizzazione dei clienti 4.11 Applicare nella pratica le nozioni apprese Capitolo 5: 5.1 Conoscere l'influsso della personalità 5.2 Conoscere ed applicare lo strumento del linguaggio 5.3 Applicare le diverse forme di domande 5.4 Saper valutare la tecnica di porre le domande 5.5 Saper applicare le tecniche di argomentazione	Durante il corso vengono trattati i capitoli 4, 5.1 – 5.9 e 6: Capitolo 4: 4.1 Comprendere i segmenti di clientela e i loro bisogni 4.2 Conoscere la comunicazione verbale e non verbale 4.3 Conoscere alcune tecniche di argomentazione 4.4 Saper inserire il prezzo nel colloquio di vendita 4.5 Saper influenzare lo svolgimento della vendita 4.6 Essere in grado di concludere un colloquio di vendita 4.7 Prestazioni di servizio e servizi 4.8 Capire le vendite complementari e supplementari 4.9 Saper gestire i modi di pagamento 4.10 Capire lo scopo di fidelizzare i clienti 4.11 Discussione di un caso pratico 5.1 Saper valutare l'influenza della propria personalità 5.2 Conoscere la comunicazione verbale e non verbale 5.3 Saper utilizzare le varie forme di domande 5.4 Valutare l'importanza delle domande 5.5 Saper utilizzare le differenti tecniche di argomentazione 5.6 Esposizione della merce: saperne valutare l'effetto 5.7 Saper gestire in modo efficace le situazioni d'acquisto	La valutazione dell'apprendista avviene nel modo seguente: • prove scritte ed eventuali lavori di ricerca e/o presentazioni degli allievi: almeno 3 per semestre. • applicazione e partecipazione attiva alle lezioni. • esecuzione puntuale dei compiti • eventuali ricerche • interrogazioni orali

ML 2-02 Obiettivi d'insegnamento

Vers.
22.11.2007

5.6 Valutare l'effetto dell'esposizione della merce 5.7 Gestire le situazioni d'acquisto 5.8 Risolvere e gestire i reclami 5.9 Affrontare e gestire le situazioni speciali di vendita 5.10 Applicare nella pratica le nozioni apprese Capitolo 6: 6.1 Comprendere il principio della catena del valore aggiunto 6.2 Comprendere la ricerca di mercato 6.3 Comprendere l'utilità del Marketing 6.4 Comprendere la gestione dei conflitti al lavoro 6.5 Conoscere le varie possibilità per influenzare il successo aziendale 6.6 Applicare nella pratica le nozioni apprese	5.8 Saper gestire i reclami con la massima accurate 5.9 Gestire le diverse situazioni: taccheggio 5.10 Discussione di un caso pratico 6.1 Comprendere la catena del valore aggiunto 6.2 Essere aggiornati sulla ricerca di mercato 6.3 Comprendere e saper spiegare gli strumenti di marketing 6.4 Saper gestire situazioni di stress e di mobbing sul posto di lavoro 6.5 Influenzare il successo: Conoscere le proprie possibilità per influenzare il successo aziendale e saperle valutare 6.6 Discussione di un caso pratico	
Livello di attitudine: (tassonomia) 6	Supporti didattici necessari: classificatore delle conoscenze del commercio al dettaglio	Aggiornato da: BET - GAG Data: 01.10.2014