

**ML 2-02 Obiettivi d'insegnamento**

 Vers.  
 22.11.2007

Materia: CODE <b>Conoscenze del commercio al dettaglio</b> <b>GESTIONE MERCE</b>	Curricolo: <b>SPC ICD riqualifica</b> Anno: <b>2° Anno</b>	Ore lezione settimanali: 4 Ore lezione annue: 146
<b>Obiettivo di formazione</b>	<b>Contenuti del programma</b>	<b>Metodo di valutazione</b>
<p><b>Al termine del corso l'apprendista è in grado di:</b></p> <p><b>Capitolo 4:</b></p> <p><b>4.1</b> Riconoscere i vari tipi di segmenti di clientela</p> <p><b>4.2</b> Conoscere le nozioni base della comunicazione</p> <p><b>4.3</b> Applicare le tecniche di argomentazione</p> <p><b>4.4</b> Saper argomentare il prezzo</p> <p><b>4.5</b> Saper gestire le obiezioni della clientela</p> <p><b>4.6</b> Saper gestire la conclusione del colloquio di vendita</p> <p><b>4.7</b> Conoscere le prestazioni di servizio</p> <p><b>4.8</b> Eseguire vendite complementari e supplementari</p> <p><b>4.9</b> Conoscere e applicare i modi di pagamento</p> <p><b>4.10</b> Capire lo scopo della fidelizzazione dei clienti</p> <p><b>4.11</b> Applicare nella pratica le nozioni apprese</p> <p><b>Capitolo 5:</b></p> <p><b>5.10</b> Comprendere l'interazione fra produzione, distribuzione e logistica</p> <p><b>5.11</b> Spiegare l'importanza della logistica</p> <p><b>5.12</b> Conoscere i sistemi di gestione della merce</p> <p><b>5.13</b> Conoscere ed Interpretare gli indici di</p>	<p><b>Durante il corso vengono trattati i capitoli 4, 5.11-5.18 e 6.</b></p> <p><b>Capitolo 4:</b></p> <p><b>4.1</b> Comprendere i segmenti di clientela e i loro bisogni</p> <p><b>4.2</b> Conoscere la comunicazione verbale e non verbale</p> <p><b>4.3</b> Conoscere alcune tecniche di argomentazione</p> <p><b>4.4</b> Saper inserire il prezzo nel colloquio di vendita</p> <p><b>4.5</b> Saper influenzare lo svolgimento della vendita</p> <p><b>4.6</b> Essere in grado di concludere un colloquio di vendita</p> <p><b>4.7</b> Prestazioni di servizio e servizi</p> <p><b>4.8</b> Capire le vendite complementari e supplementari</p> <p><b>4.9</b> Saper gestire i modi di pagamento</p> <p><b>4.10</b> Capire lo scopo di fidelizzare i clienti al negozio</p> <p><b>4.11</b> Discussione di un caso pratico</p> <p><b>5.10</b> Comprendere l'interazione fra produzione, distribuzione della merce e logistica</p> <p><b>5.11</b> Saper spiegare gli obiettivi principali della logistica</p> <p><b>5.12</b> Conoscere i compiti del sistema di gestione della merce</p> <p><b>5.13</b> Saper interpretare gli indici di vendita e del magazzino</p>	<p><b>La valutazione dell'apprendista avviene nel modo seguente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prove scritte ed eventuali lavori di ricerca e/o presentazioni degli allievi: almeno 3 per semestre.</li> <li>• applicazione e partecipazione attiva alle lezioni.</li> <li>• esecuzione puntuale dei compiti</li> <li>• eventuali ricerche</li> <li>• interrogazioni orali</li> </ul>

**ML 2-02 Obiettivi d'insegnamento**

<p>vendita  <b>5.14</b> Valutare l'importanza della prontezza di vendita  <b>5.15</b> Valutare l'importanza dell'esposizione dei prodotti  <b>5.16</b> Selezionare le misure promozionali di vendita  <b>5.17</b> Applicare nella pratica le nozioni apprese</p> <p><b>Capitolo 6:</b>  <b>6.1</b> Comprendere la catena del valore aggiunto  <b>6.2</b> Comprendere la ricerca di mercato  <b>6.3</b> Comprendere l'utilità del Marketing  <b>6.4</b> Comprendere la gestione dei conflitti al lavoro  <b>6.5</b> Conoscere le varie possibilità per influenzare il successo aziendale  <b>6.6</b> Applicare nella pratica le nozioni apprese</p>	<p><b>5.14</b> Sapere in che modo garantire la prontezza di vendita  <b>5.15</b> Conoscere gli effetti delle esposizioni efficaci  <b>5.16</b> Comprendere le promozioni e la pubblicità  <b>5.17</b> Discussione di un caso pratico</p> <p><b>6.1</b> Conoscere l'applicazione della catena del valore aggiunto  <b>6.2</b> Essere aggiornati sulle ricerche di mercato  <b>6.3</b> Comprendere e saper spiegare gli strumenti di marketing  <b>6.4</b> Saper gestire situazioni di stress e di mobbing  <b>6.5</b> Conoscere le proprie possibilità per influenzare il successo aziendale e saperle valutare  <b>6.6</b> Discussione di un caso pratico</p>	
<p>Livello di attitudine: (tassonomia) 6</p>	<p>Supporti didattici necessari: classificatore delle conoscenze del commercio al dettaglio</p>	<p>Aggiornato da: BET - GAL Data: 01.10.2014</p>