

Materia: <b>CODE</b> Conoscenze del commercio al dettaglio <b>GESTIONE MERCE</b>	Curricolo: <b>SPC ICD</b> Anno 3° anno	Ore lezione settimanali: trad. 2/bl.5 Ore lezione annue: trad. 73/bl.80
<b>Obiettivo di formazione</b>	<b>Contenuti del programma</b>	<b>Metodo di valutazione</b>
<p><b>Al termine del corso dell'apprendista è in grado di:</b></p> <p><b>Capitolo 5:</b></p> <p><b>5.11</b> Comprendere l'interazione fra produzione, distribuzione e logistica</p> <p><b>5.12</b> Spiegare l'importanza della logistica</p> <p><b>5.13</b> Conoscere i sistemi di gestione della merce</p> <p><b>5.14</b> Conoscere ed Interpretare gli indici di vendita</p> <p><b>5.15</b> Valutare l'importanza della prontezza di vendita</p> <p><b>5.16</b> Valutare l'importanza della presentazione della merce</p> <p><b>5.17</b> Selezionare le misure promozionali di vendita</p> <p><b>5.18</b> Applicare nella pratica le nozioni apprese</p> <p><b>Capitolo 6:</b></p> <p><b>6.1</b> Comprendere il principio della catena del valore aggiunto</p> <p><b>6.2</b> Comprendere la ricerca di mercato</p> <p><b>6.3</b> Comprendere l'utilità del Marketing</p> <p><b>6.4</b> Comprendere la gestione dei conflitti sul posto di lavoro</p>	<p><b>Il corso tratta i capitoli 5.11 – 5.17 e il capitolo 6</b></p> <p><b>5.11</b> Comprendere l'interazione fra produzione, distribuzione della merce e logistica</p> <p><b>5.12</b> Saper spiegare gli obiettivi e l'importanza della logistica</p> <p><b>5.13</b> Conoscere i compiti del sistema di gestione della merce</p> <p><b>5.14</b> Saper interpretare gli indici di vendita del negozio e del magazzino</p> <p><b>5.15</b> Sapere in che modo garantire la prontezza di vendita</p> <p><b>5.16</b> Conoscere gli effetti della presentazione efficace dei prodotti</p> <p><b>5.17</b> Comprendere l'interazione fra misure promozionali e pubblicità finalizzate alla vendita</p> <p><b>5.18</b> Discussione di un caso pratico</p> <p><b>6.1</b> Comprendere il principio della catena del valore aggiunto: approvvigionamento della merce, trasporto, rifornimento, immagazzinamento, vendita e strumenti di comunicazione</p> <p><b>6.2</b> Essere aggiornati sulla ricerca di mercato e saper trasferire le proprie conoscenze all'azienda</p> <p><b>6.3</b> Comprendere e saper spiegare gli strumenti di</p>	<p><b>La valutazione dell'apprendista avviene nel modo seguente:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• prove scritte, 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><b>6.5</b> Conoscere le varie possibilità per influenzare il successo aziendale</p> <p><b>6.6</b> Applicare nella pratica le nozioni apprese</p>	<p>marketing della propria azienda di tirocinio</p> <p><b>6.4</b> Saper gestire situazioni di stress e di mobbing al lavoro</p> <p><b>6.5</b> Conoscere le proprie possibilità per influenzare il successo aziendale e saperle valutare</p> <p><b>6.6</b> Discussione di un caso pratico</p>	
Livello di attitudine: (tassonomia) 6	<u>Supporti didattici necessari:</u> Classificatore, negozio scuola, dispense, filmati	Aggiornato da: BET - GAL Data: 01.10.2014