REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

STANDARD FORMATIVO	
Denominazione Qualificazione	**Esperto commerciale-marketing**
Denominazione Standard Formativo	**Esperto commerciale-marketing**
Durata percorso Formativo	1 anni
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
Ulteriori indicazioni per l’e-learning	Secondo quanto previsto dalle disposizioni regionali in materia
Durata minima complessiva del percorso (ore)	300
Durata minima di aula (ore)	150
Durata minima laboratorio (ore)	0
Durata delle attività formative rivolte alle KC (ore)	20
Percentuale durata massima e-learning sincrona in rapporto alla durata d’aula	210
Percentuale durata massima e-learning asincrona in rapporto alla durata d’aula	84
Durata minima tirocinio curriculare ore	0

Durata minima tirocinio curriculare + 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/Moduli	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 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"
Percentuale Assenza massima consentita	20
Percentuale Termine ultimo di inserimento (TUI)	20
Attestazione in esito	Certificazione di qualifica professionale
Normativa di riferimento	
Grado minimo d'istruzione previsto	Licenza media + Qualificazione EQF 3
Età minima prevista in ingresso	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	
Composizione Standard Formativo	Unità Formative

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)
Descrizione della performance da osservare	Politica commerciale aziendale pianificata.
Descrizione breve	
Abilità	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 business 3. Elaborare il piano della domanda di prodotti gestiti in vendita diretta a supporto della programmazione della produzione 4. Elaborare i piani di miglioramento della rete di vendita diretta 5. Definire il listino prezzi in base all'analisi dei costi, della concorrenza e del posizionamento sul mercato 6. Definire le strategie di copertura distributiva e la tipologia dei canali distributivi
Conoscenze	1. Marketing operativo 2. Metodologie di ricerca ed analisi dei dati 3. Strategie commerciali e di marketing (offerte speciali, promozioni, sconti, ecc.) 4. Tecniche di benchmarking 5. Tipologie e caratteristiche dei prodotti/servizi offerti 6. Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita 7. Marketing strategico 8. Tecniche e strumenti di pianificazione delle attività 9. Processi e servizi della distribuzione commerciale 10. Strategie e politiche di prezzo
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (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)
Descrizione della performance da osservare	Trattative commerciali e vendite adeguatamente gestite.
Descrizione breve	
Abilità	1. Utilizzare software gestione commerciale 2. Applicare tecniche di stesura di accordi commerciali 3. Applicare tecniche di budgeting commerciale 4. Utilizzare strumenti, metodi e tecniche di monitoraggio verifica e controllo della rispondenza tra risultati commerciali conseguiti e obiettivi di business programmati 5. Implementare azioni mirate di comunicazione e promozione per la gestione e lo sviluppo del portafoglio clienti dell'impresa 6. Coordinare e/o gestire la trattativa commerciale, nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta 7. Elaborare i documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte 8. Gestire le relazioni con le diverse aree organizzative dell'azienda (produzione, qualità, amministrazione, ecc.) a fronte di eventuali esigenze/criticità espresse dal cliente 9. Sviluppare alleanze e partnership con altre imprese di fornitura o con clienti
Conoscenze	1. Elementi di diritto commerciale 2. Elementi relativi alla normativa su contratti e appalti 3. Tecniche di comunicazione efficace 4. Tecniche di negoziazione commerciale 5. Tecniche e psicologie di vendita 6. Tipologie e caratteristiche dei prodotti/servizi offerti 7. Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing 8. Tecniche di marketing operativo 9. Processi e servizi della distribuzione commerciale 10. Metodi di gestione del budget commerciale 11. Metodi e strumenti di formalizzazione dell'offerta commerciale
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (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)
Descrizione della performance da osservare	Coordinamento delle risorse e delle attività della rete di vendita diretta.
Descrizione breve	
Abilità	1. Utilizzare software gestione commerciale 2. Applicare tecniche di negoziazione 3. Utilizzare tecniche di comunicazione efficace 4. Organizzare le attività della rete di vendita diretta al fine di raggiungere gli obiettivi commerciali previsti 5. Coordinare le risorse afferenti alla forza di vendita 6. Affincare i venditori nelle trattative commerciali complesse 7. Supervisionare i processi operativi e i flussi comunicativi tra la forza di vendita e gli altri dipartimenti o aree aziendali 8. Monitorare le performance della forza di vendita, producendo report periodici
Conoscenze	1. Elementi e tecniche di organizzazione del lavoro 2. Marketing operativo 3. Principi e tecniche di comunicazione e relazione interpersonale 4. Tecniche di negoziazione commerciale 5. Elementi di gestione delle risorse umane 6. Tecniche di coordinamento e gestione di team 7. Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing 8. Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita 9. Tecniche per la gestione dei conflitti 10. Tecniche e strumenti di pianificazione delle attività 11. Processi e servizi della distribuzione commerciale
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	