REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

STANDARD FORMATIVO	
Denominazione Qualificazione	**Tecnico esperto della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale**
Denominazione Standard Formativo	**Tecnico esperto della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale**
Durata percorso Formativo	1 anni
Livello EQF	5
Settore Economico Professionale	SEP 12 - Servizi di distribuzione commerciale
Area di Attività	ADA.12.01.04 - Progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centri commerciali
Processo	Distribuzione e commercio all'ingrosso e al dettaglio di prodotti alimentari e non alimentari
Sequenza di processo	Gestione del punto vendita attraverso la grande distribuzione organizzata
Qualificazione regionale di riferimento	Tecnico esperto della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale
Descrizione qualificazione	Il tecnico esperto della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale ha la responsabilità dell'immobile nel quale è situato il centro, la responsabilità commerciale del comfort della clientela, dell'organizzazione dei servizi di supporto, della promozione del centro commerciale, della cura degli allestimenti, del mantenimento dei rapporti con e tra i commercianti che operano all'interno del Centro.
Referenziazione ATECO 2007	G.47.11.10 - Ipermercati G.47.11.30 - Discount di alimentari G.47.11.40 - Minimercati ed altri esercizi non specializzati di alimentari vari G.47.19.10 - Grandi magazzini G.47.19.20 - Commercio al dettaglio in esercizi non specializzati di computer, periferiche, attrezzature per le telecomunicazioni, elettronica di consumo audio e video, elettrodomestici G.47.19.90 - Empori ed altri negozi non specializzati di vari prodotti non alimentari
Referenziazione ISTAT CP2011	2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)
Codice ISCED-F 2013	0416 Wholesale and retail sales
Ulteriori indicazioni per l'e-learning	Secondo quanto previsto dalle disposizioni regionali in materia.
Durata minima complessiva del percorso (ore)	350
Durata minima di aula (ore)	175
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	123
Percentuale durata massima e-learning asincrona in rapporto alla durata d'aula	49
Durata minima tirocinio curriculare ore	0
Durata minima tirocinio curriculare	105

+ Laboratorio (ore)	
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 4, 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 B1 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 all'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 "Tecnico esperto della progettazione, gestione, organizzazione e promozione di centro commerciale"
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	È 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 - Progettazione ed avviamento del centro commerciale
2 - Gestione dell'immobile e della superficie di vendita
3 - Organizzazione complessiva del centro

4 - Promozione del centro commerciale
5 - Gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda

CORSI ANNUALITÀ		
Anno	**Ore**	**Esame Intermedio**
1° Anno	**350**	**No**

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.1	
Denominazione unità formativa	**Progettazione ed avviamento del centro commerciale**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Progettazione ed avviamento del centro commerciale (2649)
Descrizione della performance da osservare	Curare la progettazione e l'avviamento del centro commerciale secondo le direttive espresse dalla proprietà per assicurare un'adeguata copertura e manutenzione degli spazi di vendita.
Descrizione breve	
Abilità	1. Curare la preservazione nel tempo della locazione, garantendo un'immagine unitaria del centro 2. Individuare nuovi ambiti merceologici, aziende o servizi per offrire al target di clientela sempre nuovi stimoli di acquisto 3. Selezionare gli ambiti merceologici di riferimento del centro commerciale secondo la strategia commerciale della proprietà 4. Selezionare gli esercenti a cui locare gli spazi espositivi secondo le strategie e i target di riferimento della proprietà
Conoscenze	1. Normativa regionale, nazionale e comunitaria in materia di sistema haccp 2. Caratteristiche del target di riferimento, delle gamme dei prodotti e dei servizi offerti 3. Caratteristiche delle diverse tipologie di clienti, comportamenti di acquisto e mercato di riferimento per leggere e decodificare i comportamenti di consumo dei clienti 4. Elementi del marketing mix e del marketing plan per la stesura del piano di promozione e vendita 5. Meccanismi operativi di coordinamento per gestire le attività della squadra di lavoro 6. Metodi e tecniche di merchandising e presentazione dell'offerta commerciale per costruire un'offerta ampia e diversificata delle gamme dei prodotti in vendita 7. Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori 8. Tecniche di negoziazione e di gestione dei conflitti per instaurare efficaci rapporti commerciali con gli esercenti
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.2	
Denominazione unità formativa	**Gestione dell'immobile e della superficie di vendita**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Gestione dell'immobile e della superficie di vendita (2650)
Descrizione della performance da osservare	Gestire l'immobile e la superficie di vendita curandone la dimensione economica e le esigenze di manutenzione.
Descrizione breve	
Abilità	1. Controllare l'attuazione delle procedure contabili e amministrative e la corretta tenuta dei libri contabili ed amministrativi con particolare attenzione a quelli previsti per legge relativi ai settori amministrazione e personale 2. Definire gli obiettivi commerciali e il budget di spesa del centro commerciale verificando l'andamento con i dati consuntivi, decidendo, se necessario, i relativi correttivi 3. Gestire i contratti di locazione e della contrattualistica varia nel rispetto della normativa vigente e secondo le disposizioni della proprietà 4. Individuare le esigenze di manutenzione dell'immobile e delle superfici di vendita 5. Negoziare le spese di gestione del centro ripartendole nel canone di locazione degli esercenti al fine di coprire i costi gestionali 6. Programmare gli interventi di manutenzione ordinaria e straordinaria con la collaborazione, quando presente, del direttore tecnico, valutandone la corretta esecuzione 7. Verificare i parametri relativi alla produttività e redditività per controllare costantemente l'andamento economico complessivo del centro commerciale
Conoscenze	1. Funzione, caratteristiche e logiche dei sistemi di pianificazione e controllo di gestione 2. Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori 3. Tecniche di negoziazione e di gestione dei conflitti per instaurare efficaci rapporti commerciali con gli esercenti 4. Economia e tecnica aziendale per gestire con criteri di efficacia/efficienza il centro commerciale 5. Fondamenti di organizzazione aziendale: struttura, funzioni e processi lavorativi 6. Metodi e tecniche di analisi degli andamenti di vendita al fine di valutarne i risultati 7. Standard e format per la redazione di report e documentazione ad uso interno 8. Strategie commerciali dell'impresa e gamma dei prodotti venduti 9. Tecniche di budgeting per la corretta stesura e gestione dei budget e piani economici 10. Normativa fiscale, tributaria e previdenziale
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.3	
Denominazione unità formativa	**Organizzazione complessiva del centro**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Organizzazione complessiva del centro (2651)
Descrizione della performance da osservare	Assicurare l'organizzazione complessiva del centro commerciale al fine di garantire la soddisfazione dei clienti interni ed esterni e il rispetto degli obiettivi aziendali.
Descrizione breve	
Abilità	1. Assicurare i livelli di organico del personale del centro commerciale al fine di fornire il sostegno necessario all'attività di vendita degli esercenti 2. Assicurare la protezione dell'immobile, degli spazi vendita, dei beni del centro commerciale secondo le disposizioni aziendali 3. Assicurare l'igiene e la sicurezza nell'ambiente per favorire il comfort dei dipendenti e della clientela 4. Definire le procedure aziendali comuni, come gli orari di aperture dei vari punti vendita e altre regole, verificandone il rispetto, al fine di garantire un'immagine unitaria del centro nei confronti della clientela 5. Preparare i servizi di supporto, al fine di curare gli allestimenti degli spazi e dell'immobile, fornire servizi per lo smaltimento dei rifiuti, presidi medici, ecc.
Conoscenze	1. Caratteristiche del target di riferimento, delle gamme dei prodotti e dei servizi offerti 2. Elementi del marketing mix e del marketing plan per la stesura del piano di promozione e vendita 3. Meccanismi operativi di coordinamento per gestire le attività della squadra di lavoro 4. Metodi e tecniche di merchandising e presentazione dell'offerta commerciale per costruire un'offerta ampia e diversificata delle gamme dei prodotti in vendita 5. Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori 6. Tecniche di negoziazione e di gestione dei conflitti per instaurare efficaci rapporti commerciali con gli esercenti 7. Economia e tecnica aziendale per gestire con criteri di efficacia/efficienza il centro commerciale 8. Tecniche di direzione e organizzazione aziendale per supervisionare, coordinare e pianificare il lavoro in squadra
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.4	
Denominazione unità formativa	**Promozione del centro commerciale**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Promozione del centro commerciale (2652)
Descrizione della performance da osservare	Assicurare la promozione complessiva del centro commerciale al fine di garantire la massima diffusione e pubblicizzazione delle attività integrate proposte al territorio e al target di clientela di riferimento.
Descrizione breve	
Abilità	1. Effettuare analisi della soddisfazione del cliente, per monitorare i comportamenti e le abitudini di acquisto della clientela e per progettare miglioramenti dell'offerta di servizi 2. Progettare eventi di animazione, spettacoli, attività culturali e altri servizi al fine di promuovere momenti di intrattenimento per aumentare l'attrattività del centro commerciale 3. Progettare campagne pubblicitarie del centro commerciale organizzando tutte le azioni in collaborazione con gli esercenti 4. Organizzare indagini e analisi di mercato anche al fine di verificare risultati ed andamento delle attività promozionali 5. Curare la selezione, l'affidamento e la contrattualistica legata alla esternalizzazione di attività legate alla promozione del centro (pubblicità, animazione, ecc.) verificandone la qualità dei servizi erogati
Conoscenze	1. Caratteristiche del target di riferimento, delle gamme dei prodotti e dei servizi offerti 2. Elementi del marketing mix e del marketing plan per la stesura del piano di promozione e vendita 3. Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori 4. Tecniche di negoziazione e di gestione dei conflitti per instaurare efficaci rapporti commerciali con gli esercenti 5. Economia e tecnica aziendale per gestire con criteri di efficacia/efficienza il centro commerciale 6. Tecniche di direzione e organizzazione aziendale per supervisionare, coordinare e pianificare il lavoro in squadra 7. Elementi di tecnica commerciale al fine di proporre campagne pubblicitarie efficaci 8. Tecniche di base per condurre indagini di mercato con riferimento alla specificità del settore 9. Tecniche di progettazione e organizzazione di eventi culturali, di animazione ecc. al fine di rendere maggiormente attrattivo il centro commerciale al target di riferimento
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	

DETTAGLIO UNITA' FORMATIVA n.5	
Denominazione unità formativa	**Gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda**
Livello EQF	5
Denominazione unità di competenza	Gestione delle relazioni interne/esterne all'azienda (2653)
Descrizione della performance da osservare	Gestire le relazioni interne/esterne all'azienda in accordo con la policy aziendale e con le indicazioni della direzione aziendale.
Descrizione breve	
Abilità	1. Rappresentare l'azienda nelle relazioni esterne, mantenendo rapporti con enti pubblici o rappresentanze di vario tipo, per instaurare un clima di reciproca collaborazione 2. Intrattenere rapporti con la proprietà/sede centrale, elaborando e sottoponendo ad essa proposte e richieste per revisioni e/o approvazioni (ad es. richiesta di assistenza di specialisti o proposte relative ai piani di vendita, ecc.) 3. Intrattenere rapporti con gli esercenti per la ricerca di soluzioni per i problemi più diversi 4. Gestire i rapporti con il personale dipendente del centro commerciale ed organizzare le attività inerenti la gestione delle procedure amministrative, i rapporti sindacali, il processo di selezione, valutazione e formazione 5. Gestire gli eventuali contenziosi tra esercenti e la proprietà dell'immobile al fine di negoziare e proporre soluzioni di risoluzione 6. Analizzare la concorrenza adottando, nel quadro delle politiche aziendali, le necessarie misure per contrastarla
Conoscenze	1. Tecniche di comunicazione interpersonale e commerciale per la gestione efficace delle relazioni con i clienti e con i collaboratori 2. Nozioni di contrattualistica e di diritto del lavoro per pianificare correttamente mansioni, turni e ferie e la procedura amministrativa di assunzione/licenziamento e trasformazioni di contratto 3. Nozioni e tecniche di direzione e organizzazione aziendale per la supervisione, il coordinamento e la pianificazione del lavoro in squadra 4. Nozioni e tecniche di leadership e di delega al fine di creare un clima collaborativo e di gestione efficace ed efficiente del lavoro 5. Sistemi e strumenti di lavoro incentivanti per motivare il personale e valutare le prestazioni e il potenziale dei collaboratori 6. Tecniche di analisi della concorrenza e benchmarking per valutare le potenzialità dell'utilizzo di una precisa best practice in azienda 7. Tecniche di relazioni pubbliche per condurre rapporti di collaborazione efficace con enti o rappresentanze di vario tipo
Durata minima di aula (ore)	
Durata minima tirocinio curriculare (ore)	
Note (eventuali)	