

Marketing

Esperto commerciale-marketing

Il **CORSO L'ESPERTO COMMERCIALE-MARKETING** renderà i discenti responsabili dell'attuazione degli obiettivi della politica commerciale dell'azienda. Le attività sono, da una parte, rivolte a definire, qualificare, specificare le strategie commerciali dell'azienda e ad individuare le azioni più adatte a raggiungere gli obiettivi prestabiliti, dall'altra ad organizzare e gestire le risorse assegnate 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.

Durante le attività formative, saranno trattati i seguenti moduli:

- Pianificazione della politica commerciale aziendale
- Gestione delle trattative commerciali e delle vendite
- Coordinamento della rete di vendita

Requisiti minimi:

- Titolo di studio
- B2 se stranieri

DURATA:

120 ORE

REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

QUALIFICAZIONE PROFESSIONALE	
Denominazione qualificazione	Esperto commerciale-marketing
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
Descrizione sintetica della 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
ELENCO DELLE UNITA' DI COMPETENZA	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pianificazione della politica commerciale aziendale (3080) 2. Gestione delle trattative commerciali e delle vendite (3081) 3. Coordinamento della rete di vendita diretta (3082) 	

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.1

Denominazione unità di competenza	Pianificazione della politica commerciale aziendale
Livello EQF	6
Risultato formativo atteso	Politica commerciale aziendale pianificata.
Oggetto di osservazione	Le operazioni di pianificazione della politica commerciale aziendale.
Indicatori	Analisi del mercato di riferimento; sviluppo del piano commerciale dell'azienda; definizione delle strategie di distribuzione e posizionamento sul mercato.
Abilità	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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
Referenziazione ISTAT CP2011	<p>2.5.1.5.2 - Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT)</p> <p>3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione</p> <p>3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing</p>

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.2

Denominazione unità di competenza	Gestione delle trattative commerciali e delle vendite
Livello EQF	6
Risultato formativo atteso	Trattative commerciali e vendite adeguatamente gestite.
Oggetto di osservazione	Le operazioni di gestione delle trattative commerciali e delle vendite.
Indicatori	Applicazione di metodologie, strumenti e tecniche per la gestione delle trattative commerciali e delle vendite.
Abilità	<ol style="list-style-type: none"> 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	<ol style="list-style-type: none"> 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
Referenziazione ISTAT CP2011	<p>3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione</p> <p>3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing</p>

DETTAGLIO UNITA' DI COMPETENZA n.3

Denominazione unità di competenza	Coordinamento della rete di vendita diretta
Livello EQF	6
Risultato formativo atteso	Coordinamento delle risorse e delle attività della rete di vendita diretta.
Oggetto di osservazione	Le operazioni di coordinamento della rete di vendita diretta.
Indicatori	Coordinamento e organizzazione della rete di vendita diretta; monitoraggio della performance della rete di vendita diretta; gestione delle relazioni con altre aree organizzative aziendali.
Abilità	<ol style="list-style-type: none"> 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. Affinare 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	<ol style="list-style-type: none"> 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
Referenziazione ISTAT CP2011	<p>3.3.3.4.0 - Tecnici della vendita e della distribuzione</p> <p>3.3.3.5.0 - Tecnici del marketing</p>

REPERTORIO DEI TITOLI E DELLE QUALIFICAZIONI DELLA REGIONE CAMPANIA

STANDARD FORMATIVO	
Denominazione Standard Formativo	Esperto commerciale-marketing
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
Durata minima complessiva del percorso (ore)	500
Durata minima stage + 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 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/segmenti	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 e di attestazione 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"
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	
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	500	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)
Risultato formativo atteso	Politica commerciale aziendale pianificata.
Abilità	<ol style="list-style-type: none">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 business3. Elaborare il piano della domanda di prodotti gestiti in vendita diretta a supporto della programmazione della produzione4. Elaborare i piani di miglioramento della rete di vendita diretta5. Definire il listino prezzi in base all'analisi dei costi, della concorrenza e del posizionamento sul mercato6. Definire le strategie di copertura distributiva e la tipologia dei canali distributivi
Conoscenze	<ol style="list-style-type: none">1. Marketing operativo2. Metodologie di ricerca ed analisi dei dati3. Strategie commerciali e di marketing (offerte speciali, promozioni, sconti, ecc.)4. Tecniche di benchmarking5. Tipologie e caratteristiche dei prodotti/servizi offerti6. Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita7. Marketing strategico8. Tecniche e strumenti di pianificazione delle attività9. Processi e servizi della distribuzione commerciale10. Strategie e politiche di prezzo
Vincoli (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)
Risultato formativo atteso	Trattative commerciali e vendite adeguatamente gestite.
Abilità	<ol style="list-style-type: none">1. Utilizzare software gestione commerciale2. Applicare tecniche di stesura di accordi commerciali3. Applicare tecniche di budgeting commerciale4. Utilizzare strumenti, metodi e tecniche di monitoraggio verifica e controllo della rispondenza tra risultati commerciali conseguiti e obiettivi di business programmati5. Implementare azioni mirate di comunicazione e promozione per la gestione e lo sviluppo del portafoglio clienti dell'impresa6. Coordinare e/o gestire la trattativa commerciale, nei suoi aspetti economico-finanziari e di contenuto dell'offerta7. Elaborare i documenti tecnici ed economici da allegare alle offerte8. Gestire le relazioni con le diverse aree organizzative dell'azienda (produzione, qualità, amministrazione, ecc.) a fronte di eventuali esigenze/criticità espresse dal cliente9. Sviluppare alleanze e partnership con altre imprese di fornitura o con clienti
Conoscenze	<ol style="list-style-type: none">1. Elementi di diritto commerciale2. Elementi relativi alla normativa su contratti e appalti3. Tecniche di comunicazione efficace4. Tecniche di negoziazione commerciale5. Tecniche e psicologie di vendita6. Tipologie e caratteristiche dei prodotti/servizi offerti7. Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing8. Tecniche di marketing operativo9. Processi e servizi della distribuzione commerciale10. Metodi di gestione del budget commerciale11. Metodi e strumenti di formalizzazione dell'offerta commerciale
Vincoli (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)
Risultato formativo atteso	Coordinamento delle risorse e delle attività della rete di vendita diretta.
Abilità	<ol style="list-style-type: none">1. Utilizzare software gestione commerciale2. Applicare tecniche di negoziazione3. Utilizzare tecniche di comunicazione efficace4. Organizzare le attività della rete di vendita diretta al fine di raggiungere gli obiettivi commerciali previsti5. Coordinare le risorse afferenti alla forza di vendita6. Affincare i venditori nelle trattative commerciali complesse7. Supervisionare i processi operativi e i flussi comunicativi tra la forza di vendita e gli altri dipartimenti o aree aziendali8. Monitorare le performance della forza di vendita, producendo report periodici
Conoscenze	<ol style="list-style-type: none">1. Elementi e tecniche di organizzazione del lavoro2. Marketing operativo3. Principi e tecniche di comunicazione e relazione interpersonale4. Tecniche di negoziazione commerciale5. Elementi di gestione delle risorse umane6. Tecniche di coordinamento e gestione di team7. Software applicativi e servizi web-based per la gestione commerciale-marketing8. Tecniche di organizzazione e gestione rete vendita9. Tecniche per la gestione dei conflitti10. Tecniche e strumenti di pianificazione delle attività11. Processi e servizi della distribuzione commerciale
Vincoli (eventuali)	