

[Torna Indietro](#)[Dati Generali](#)[Caratteristiche](#)[Unità di Competenza \(UC\)](#)[Convalida](#)

<b>Denominazione Corso</b>	Tecniche Di Vendita E Allestimento Vetrine
<b>Sezione</b>	Sezione 3 - Offerta Formativa su Competenze Tecnico Professionali correlate al RRFP
<b>Figura di Riferimento</b>	17 - operatore/operatrice per attività di assistenza, orientamento, informazione del cliente e allestimento e rifornimento degli scaffali 🏪
<b>Durata (in ore)</b>	200
<b>N.ro Ore Aula</b>	200
<b>N.ro Ore Laboratorio</b>	0
<b>Tipologia Laboratorio</b>	
<b>Struttura del Percorso e Contenuti Formativi</b>	<p>UC 417 - 60 ORE</p> <p>UF 1 - IL PROCESSO D'ACQUISTO (40 ORE) I FORNITORI Cercare tutti i fornitori esistenti Trovare nuovi fornitori Esaminare formalmente il migliore Valutare e confrontare il prezzo offerto Selezionare oggettivamente una o più proposte. IL PROCESSO D'ACQUISTO Fasi del processo d'acquisto: richiesta di offerta, analisi della RdA ed emissione ordine, gestione dell'ordine, solleciti ai fornitori, analisi e valutazione della qualità della fornitura, gestione del pagamento e contenzioso con il fornitore Documenti e strumenti di supporto alle fasi del processo</p> <p>UF 2 - CONTABILITÀ, STRUMENTI DI REGISTRAZIONE E MEZZI DI PAGAMENTO (20 ORE) Gli strumenti di pagamento elettronici Gli strumenti di vendita Procedure e modalità con cui lavorare in cassa; Verifiche e problematiche da affrontare Conoscenza delle diverse forme di pagamento Operazioni di apertura e di chiusura di cassa; modalità per il riconoscimento delle banconote vere/false.</p> <p>UC 420 - 70 ORE UF 3 - TECNICHE DI VENDITA E ASSISTENZA ALLA CLIENTELA - 50 ORE Psicologia della vendita e dei consumi Il modello di comportamento del consumatore I fattori che influenzano il comportamento del consumatore Tipi di comportamento decisionale d'acquisto Come creare il rapporto con il cliente Tecniche di vendita</p> <p>UF 4 - LA COMUNICAZIONE EFFICACE -20 ORE Tecniche per rafforzare la comunicazione: tecniche per parlare in pubblico l'impatto, l'ascolto attivo, la tecnica delle domande, il linguaggio positivo orientato alle soluzioni Tecniche di problem solving e decision making</p>

UC 419 - 70 ORE

UF 5 - ALLESTIMENTO E RIFORNIMENTO DEGLI SCAFFALI E DELLE ISOLE PROMOZIONALI - 26 ORE

Predisposizione dell'area di vendita

L'utilizzo delle attrezzature di lavoro secondo le norme sulla Sicurezza: i carrelli e i muletti

UF 6 - TECNICHE DI MARKETING STRATEGICO ED OPERATIVO - 44 ORE

Principi di marketing strategico ed operativo

Fondamenti di marketing per la vendita

Tecniche di marketing per il punto vendita

Il merchandising: Calcolare la redditività dello spazio espositivo; Il mix dell'assortimento; Il layout delle attrezzature; Il display merceologico; Il merchandising e la pubblicità.

<b>Modalità di Valutazione Finale degli Apprendimenti</b>	Si prevedono verifiche a seguito del completamento di ciascuna unità formativa. Gli strumenti previsti sono a discrezione del docente: l'osservazione, questionari di verifica a risposta multipla e/o aperta. La valutazione degli apprendimenti prevede il collegamento tra i singoli percorsi e le competenze standardizzate nel Repertorio delle Figure Professionali della Regione Puglia, pertanto l'attestazione finale sarà una DICHIARAZIONE DEGLI APPRENDIMENTI. La dichiarazione degli apprendimenti viene rilasciata dall'Organismo di Formazione e riporta le abilità e conoscenze acquisite attraverso la realizzazione del percorso formativo e il superamento delle prove di verifica erogate dall'Organismo stesso.
<b>Attestazione Finale</b>	Dichiarazione degli apprendimenti
<b>Fabbisogno Occupazionale (solo se nuovo YG)</b>	Fabbisogno espresso sia da piccoli negozi che catene di grande distribuzione. Le indagini sulla domanda di lavoro delle imprese indicano, per il breve periodo, un discreto incremento dell'occupazione per questa figura professionale anche determinato dall'alto turnover del settore. La maggior parte di richieste si ritiene provverrà dalle imprese di medie dimensioni e riguarderà prevalentemente manodopera anche priva di particolare specializzazione da formare sul campo e/o all'interno dell'azienda.