TECNICO QUALIFICATO IN RAPPORTI COMMERCIALI CON I MERCATI INTERNI ED INTERNAZIONALI - Profilo non più attivabile dal 23/07/2009

Settore ISFOL:	24 - DISTRIBUZIONE COMMERCIALE
SubSettore ISFOL:	2404 - Varie distribuzione commerciale
Codice Profilo:	2404142

Descrizione

E' una professionalità che opera nel settore del commercio al dettaglio, in particolare della distribuzione commerciale. In collaborazione con altri profili coordina l'attività di un ufficio commerciale: l'immagine aziendale,le ricerche di marketing e i programmi pubblicitari. Organizza la distribuzione sui mercati e gestisce servizi per l'internazionalizzazione d'impresa. Opera assumendo le responsabilità connesse al ruolo tecnico che svolge, ivi compreso il proprio aggiornamento professionale.

Codice ATECO

G52 - COMMERCIO AL DETTAGLIO (ESCLUSO QUELLO DI AUTOVEICOLI E DI MOTOCICLI); RIPARAZIONE DI BENI PERSONALI E PER LA CASA

Contenuti di base

*evoluzione degli orientamenti del marketing;
*analisi di settore;
*prodotto come paniere di attributi;
*previsione di vendita con Lotus 1,2,3;
*medie mobili con il PC;
*marketing strategico;
*analisi del consumatore;
*posizionamento concorrenziale sul mercato;
*organizzazione di marketing;
*comunicazione istituzionale;
*sistema informativo di marketing;
*ricerche di marketing;
*prodotto e prezzo di marketing operativo;
*pubblicità e promozione;
*evoluzione nel processo di sviluppo dei nuovi prodotti;
*gestione del marketing mix;
*organizzazione della distribuzione;

*canali di vendita ed intermediari;
*evoluzione delle ricerche di marketing qualitative;
*marketing diretto;
*curve ABC di concentrazione;
*marketing internazionale: evoluzione della competizione;
*canali di entrata sui mercati esteri;
*strategia di prodotto/mercato sui mercati esteri;
*analisi di mercato estero;
*punti di forza/debolezza sui mercati esteri;
*organizzazione di supporto all'impresa sui mercati esteri;
*coalizioni nel processo di internazionalizzazione;
*società di ingegneria;
*organizzazione di marketing sui mercati esteri;
*politiche dei prezzi sui mercati esteri;
*distribuzione sui mercati esteri;
*marketingmix internazionale: prodotto e comunicazione;
*servizi all'internazionalizzazione d'impresa;
*ricerche ed informazioni di marketing per le piccole e medie imprese;
*società di consulenza e piccole e medie imprese internazionalizzate;
*marketing internazionale sul Mercato Unico Europeo;
*marketing di beni industriali;
*redditività gamma prodotti Lotus 1,2,3;
*modello di Asnoff e modello di Abell;
*modelli di portafoglio strategico: BCG e McKinsey;
*Marketing nelle aziende di servizi;
*marketing nelle aziende di servizi commerciali;
*internazion

Contenuti tecnico-professionali

*formulazione delle strategie di marketing;
*cura dei processi commerciali e d'immagine aziendale;
*capacità di gestione delle ricerche di marketing;
*programma pubblicitario e promozionale;
*organizzazione della distribuzione sui mercati interni ed esteri;
*organizzazione e applicazione di marketing diretto;
*definizione di politiche di prezzo, con riferimento a mercati differenziali;
*organizzazione e gestione di servizi per l'internazionalizzazione dell'impresa;
*gestione e procedure del rapporto commerciale in tutte le sue articolazioni;
*contrattualistica;

*rapporti interpersonali a monte e a valle e con i livelli di responsabilità;
*previsione dell'evoluzione del proprio ruolo professionale e relativo autoaggiornamento

Contenuti trasversali

Requisiti di ingresso

*Istruzione secondo ciclo: titolo attestante il compimento del percorso relativo al secondo ciclo dell'istruzione (sistema dei licei o sistema dell'istruzione e formazione professionale); oppure Formazione professionale: qualifica professionale di II livello corrispondente a profilo professionale nel settore/subsettore di riferimento; oppure Istruzione primo ciclo: diploma di scuola secondaria di primo ciclo + esperienza lavorativa biennale nel settore di riferimento
null

Criteri di selezione

*test di valutazione attitudinale;
*colloquio motivazionale

Sbocchi occupazionali

*piccola e media impresa;
*ufficio commerciale;
*azienda industriale e commerciale

Durata

*ore 900

Professionalità docente

*laurea in economia e commercio, giurisprudenza, lingue straniere;
*esperienza nel settore (imprenditoria, dirigenza, consulenza)

Attrezzature e sussidi didattici

*aula attrezzata con strumenti informatici e mezzi audiovisivi

Note