



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