

IL Profilo Educativo culturale professionale e competenze del diplomato “Servizi Commerciali”

Il Diplomato di istruzione professionale nell'indirizzo “**Servizi commerciali**” partecipa alla realizzazione dei processi amministrativo-contabili e commerciali, con autonomia e responsabilità specifiche esercitate nel quadro di azione stabilito, e assegnate nell'ambito di una dimensione operativa della gestione aziendale. Utilizza le tecnologie informatiche di più ampia diffusione. Supporta le attività di pianificazione, programmazione, rendicontazione relative alla gestione. Collabora alle attività di comunicazione, marketing e promozione dell'immagine aziendale in un ambito territoriale o settoriale, attraverso l'utilizzo di strumenti tecnologici innovativi.

Si orienta nell'ambito socioeconomico del proprio territorio e nella rete d'interconnessione che collega fenomeni e soggetti della propria regione in contesti nazionali e internazionali .

RISULTATI DI APPRENDIMENTO

A conclusione del percorso quinquennale, il Diplomato consegue i risultati di apprendimento elencati al punto 1.1. dell'Allegato A), comuni a tutti i percorsi, oltre ai risultati di apprendimento specifici del profilo di uscita dell'indirizzo, di seguito articolati in termini di competenze, conoscenze essenziali e abilità minime.

Competenza n. 1

Interagire nei sistemi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi, le diverse forme giuridiche con cui viene svolta l'attività e le modalità di trasmissione dei flussi informativi, collaborando alla stesura di documenti aziendali di rilevanza interna ed esterna e all'esecuzione degli adempimenti civilistici e fiscali ricorrenti.

Abilità

Interpretare un organigramma aziendale

Identificare e applicare i profili normativi e di responsabilità legati alle diverse forme giuridiche d'impresa

Contribuire alla stesura di documenti e atti di natura commerciale

Applicare clausole relative al trasporto, l'assicurazione e la consegna delle merci

Produrre, interpretare e rilevare correttamente i documenti aziendali secondo le normative civilistiche e fiscali, anche quelli utilizzati nell'ambito turistico.

Rilevare i fatti di gestione con adeguata metodologia nei sistemi di scrittura

Individuare profili di rischio nella proposizione e gestione dei rapporti con soggetti terzi.

Conoscenze essenziali

Principi di organizzazione aziendale

Forme giuridiche per l'esercizio dell'attività d'impresa

Elementi di gestione d'impresa, anche

quelle turistiche.

Conoscere le diverse tipologie delle

aziende ricettive e catene alberghiere

Metodi e sistemi di scrittura

Elementi del sistema tributario italiano

Tutela del consumatore e rafforzamento delle procedure di difesa individuale e collettiva

Conoscere la normativa nazionale e comunitaria sui programmi di viaggio e la tutela del turista.

Competenza n. 2

Curare l'applicazione, l'adattamento dei sistemi informativi aziendali, contribuendo a semplici personalizzazioni degli applicativi informatici e degli spazi di archiviazione aziendale, a supporto dei processi amministrativi, logistici o commerciali, tenendo conto delle norme, degli strumenti e dei processi che garantiscono il trattamento dei dati e la loro protezione in condizioni di sicurezza e riservatezza.

Abilità minime	Conoscenze essenziali
<p>Utilizzare le tecnologie informatiche di più ampia diffusione a supporto della gestione digitale dei processi amministrativi, contabili, commerciali e logistici</p> <p>Applicare la normativa sulla sicurezza e riservatezza dei dati nel trattamento, elaborazione e diffusione di dati e documenti aziendali</p> <p>Collaborare all'analisi dei dati aziendali e di settore</p>	<p>Strumenti tecnologici e software applicativi professionali di più ampia diffusione per la rilevazione e l'archiviazione dei dati aziendali e per la gestione dei processi amministrativi, contabili, commerciali e logistici</p> <p>Elementi fondamentali dei linguaggi informatici di più ampia diffusione</p> <p>Direttive e normative sulla sicurezza e riservatezza del trattamento dei dati aziendali</p>

Competenza n. 3

Collaborare alle attività di pianificazione, programmazione, rendicontazione, rappresentazione e comunicazione dei risultati della gestione, contribuendo alla valutazione dell'impatto economico e finanziario dei processi gestionali.

Applicare procedure e istruzioni operative di reporting

Applicare la normativa nazionale e comunitaria per la valutazione di elementi aziendali e la redazione di strumenti di rendicontazione e rappresentazione dei risultati aziendali oggetto di comunicazione facoltativa e obbligatoria

Interpretare i documenti per la rappresentazione e la comunicazione dei risultati della gestione

Collaborare nei processi logistici aziendali e alla gestione delle scorte del magazzino

Metodi e sistemi per il controllo di gestione

Metodologie e sistemi di gestione delle scorte

Competenza n. 4

Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, e contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, in conformità con principi di sostenibilità economico-sociale

Abilità minime	Conoscenze essenziali
<p>Leggere e interpretare le tendenze dei mercati di riferimento, storiche e contemporanee, anche alla luce delle tendenze culturali e artistiche locali, nazionali e internazionali</p> <p>Utilizzare le principali tipologie testuali, comprendere e produrre testi scritti e orali, nella dimensione tecnico-professionale, in due lingue straniere</p> <p>Predisporre documenti di promozione nelle lingue straniere.</p> <p>Cogliere le variabili di scelta dei più efficaci canali distributivi per i prodotti/servizi da immettere sul mercato</p> <p>Utilizzare tecniche di relazione e comunicazione commerciale anche nelle due lingue straniere</p> <p>Applicare tecniche di fidelizzazione della clientela</p> <p>Applicare procedure e metodi per la raccolta del feed-back a supporto della <i>customer satisfaction</i></p>	<p>Normative di riferimento e profili di responsabilità nella gestione dei dati, documenti e informazioni commerciali</p> <p>Principali movimenti e tendenze culturali e artistici locali, nazionali e internazionali, storici e contemporanei</p> <p>Strategie di esposizione orale e scritta in un lessico e una fraseologia di settore in due lingue straniere</p> <p>Principali azioni per la fidelizzazione della clientela</p> <p>Tecniche di packaging e commercializzazione dei prodotti</p>

Competenza n. 5

Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, anche nel settore turistico, all'analisi dei mercati, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del *brand* aziendale adeguate alla *missione* alla *policy* aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.

Abilità minime	Conoscenze essenziali
<p>Applicare strumenti operativi per il raggiungimento degli obiettivi delineati dal piano operativo e strategico di <i>marketing</i> anche nel settore turistico</p> <p>Leggere e interpretare le informazioni statistiche più diffuse per la conduzione di ricerche di mercato</p> <p>Individuare e analizzare le esigenze comunicative dell'azienda traducendole in un progetto pubblicitario/comunicativo anche nelle lingue straniere</p> <p>Cogliere le strategie, le tecniche, i modelli e i linguaggi della comunicazione sui diversi media in lingua italiana e straniera</p> <p>Applicare il modello comunicativo della organizzazione di appartenenza tra i diversi linguaggi</p> <p>Utilizzare i diversi linguaggi mediatici e anche gli aspetti visivi della comunicazione per la promozione e la comunicazione di attività e prodotti in lingua italiana e straniera</p> <p>Utilizzare a fini promozionali i <i>socialmedia</i> e i <i>socialnetwork</i></p>	<p>Strategie, tecniche, elementi di marketing e di analisi dei mercati</p> <p>Elementi di statistica in funzione delle ricerche di mercato</p> <p>Strategie, tecniche, modelli e linguaggi della comunicazione commerciale e pubblicitaria, nella loro evoluzione e sviluppo storico</p> <p>Fasi della progettazione pubblicitaria e piano della comunicazione aziendale</p> <p>Tecniche di <i>web marketing</i></p> <p>Strategie e tecniche di promozione del <i>brand</i> aziendale</p> <p>Tecniche e strumenti di progettazione e composizione editoriale e/o visiva per la comunicazione aziendale</p> <p>Lessico specifico del settore in lingua straniera</p>

Competenza n. 6

Operare in sicurezza e nel rispetto delle norme di igiene e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio.

Adottare comportamenti lavorativi coerenti con le norme di igiene e sicurezza sul lavoro e con la salvaguardia e sostenibilità ambientale

Utilizzare i dispositivi di protezione individuale e collettiva

Normativa sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro come formazione generale e specifica del lavoratore

Dispositivi di protezione individuale e collettiva

Normativa ambientale e fattori di inquinamento

I danni ambientali legati allo sviluppo e le politiche per l'ambiente

Competenza n. 7

Collaborare nella ricerca di soluzioni finanziarie e assicurative adeguate ed economicamente vantaggiose, tenendo conto delle dinamiche dei mercati di riferimento e dei macro-fenomeni economici nazionali e internazionali

Abilità minime	Conoscenze essenziali
<p>Utilizzare gli strumenti per il calcolo finanziario adattandoli alle diverse esigenze aziendali</p> <p>Scegliere tra gli strumenti di pagamento, quelli più adeguati alle esigenze aziendali</p> <p>Orientarsi nel sistema bancario nazionale e internazionale</p> <p>Scelta delle diverse forme di finanziamento</p> <p>Riconoscere i principali strumenti di politica economica espansiva e restrittiva, nei confronti degli organismi aziendali</p>	<p>Metodologie e strumenti per il calcolo finanziario</p> <p>La moneta bancaria e gli strumenti di pagamento alternativi al contante: carte di debito, carte di credito, assegni e bonifici</p> <p>Il sistema bancario e finanziario: soggetti, strumenti e funzioni; la relazione tra banche e clienti</p> <p>Elementi e caratteristiche delle diverse forme di finanziamento</p> <p>I sistemi economici e le grandezze macroeconomiche</p>

