

[<< Torna all'elenco](#)

Sezione 3 - Allestimento di vetrine e display

Dati generali	Caratteristiche	Unità di Competenza (UC)
---------------	-----------------	--------------------------

Durata (in ore) 200	Ore in aula 100	Ore in laboratorio 100	Tipologia laboratorio LABORATORIO MULTIMEDIALE
------------------------	--------------------	---------------------------	---

Figura di Riferimento
14 - tecnico delle attività di allestimento di vetrine e display

Struttura del Percorso e Contenuti Formativi
UC 453 Analisi della richiesta della committenza e progettazione della vetrina/display PRIMARIA
UC 454 Allestimento della vetrina/display PRIMARIA
UC 455 Sviluppo e monitoraggio del portfolio clienti. NON PRIMARIA

Il percorso formativo sarà strutturato in modo tale da consentire l'alternanza tra teoria e pratica.

Struttura del percorso:

Teoria: 100

Pratica: 110

Contenuti formativi:

UC 453 Analisi della richiesta della committenza e progettazione della vetrina/display DURATA: 70 ORE

- Metodi e tecniche per la realizzazione di un progetto grafico idoneo alle richieste della committenza
- Politica promozionale e di immagine dell'azienda
- Tecniche di analisi delle caratteristiche del prodotto
- Tecniche di benchmarking per l'analisi dei prodotti della concorrenza e la scelta di best practice

UC 454 Allestimento della vetrina/display DURATA: 70 ORE

- Tecniche per la composizione della vetrina
- Tecniche di Illuminotecnica
- Informatica di base e multimedialità
- Elementi di marketing e merchandising di base
- Elementi di base per la scenografia applicata al punto vendita
- Il visual merchandising e la grafica pubblicitaria
- La sicurezza sul lavoro
- Il rispetto dell'ambiente e la gestione dei rifiuti
- Nozioni di psicologia della comunicazione e tecniche del messaggio
- Sistemi informatici per la ricerca di informazioni e la gestione dei dati
- Teorie di time management per organizzare al meglio i propri tempi e ritmi di lavoro
- Teorie e tecniche di pianificazione strategica per la riduzione dei costi e l'ottimizzazione dei tempi

UC 455 Sviluppo e monitoraggio del portfolio clienti. DURATA: 60 ORE

- canali di distribuzione, tipologie delle relazioni fra intermediari
- La comunicazione con il cliente
- I comportamenti d'acquisto dei clienti
- Il servizio e la soddisfazione del cliente
- La gestione dei reclami
- elementi di marketing e tecniche di ricerca di mercato
- elementi di marketing strategico e marketing operativo: teorie e modelli
- La concorrenza
- Il portfolio clienti
- Tecniche di vendita
- Inglese commerciale

Obiettivi formativi

Al termine del percorso i discenti saranno in grado di:

- analizzare le informazioni sul prodotto da promuovere
- ascoltare le richieste del cliente nel rispetto della strategia d'immagine aziendale
- realizzare il progetto grafico
- riesaminare la proposta progettuale sulla base dei feedback del committente
- verificare la coerenza tra il budget aziendale e i costi dell'idea progetto
- allestire vetrine, display e spazi espositivi,
- definire le attività da svolgere pianificando i tempi di realizzazione
- mediare fra le tendenze del mercato di riferimento e le richieste dei diversi produttori
- operare scelte di allestimento
- prevedere il budget dei costi da sostenere
- scegliere i materiali adeguati ottimizzando i risultati e i costi
- analizzare il portfolio clienti ed i risultati di vendita
- ascoltare i reclami dei clienti
- attivare azioni correttive e preventive risolvendo le situazioni di inefficienza o di non conformità del prodotto con risposte competitive, vantaggiose e adeguate
- comunicare con efficacia durante la trattativa di vendita
- fornire informazioni tecniche al cliente
- identificare i potenziali clienti
- orientare il cliente verso i prodotti del proprio repertorio

Attestazione finale
Dichiarazione degli apprendimenti

Modalità Valutazione Finale degli Apprendimenti

Il Sistema di valutazione degli apprendimenti sarà orientato ad applicare parametri relativi a:

- definizione dei saperi (conoscenze, abilità, comportamenti, competenze) acquisiti in coerenza con gli obiettivi formativi;
- grado complessivo di professionalità acquisito rispetto agli standard previsti dal progetto formativo e rilevati in base all'analisi dell'attuale mercato del lavoro e delle sue prospettive future;
- individuazione della capacità di riproducibilità/trasferibilità delle competenze in situazioni diverse e/o in adeguamento alle evoluzioni tecnologiche, organizzative e di scenario prevedibili per il futuro;

Il sistema prevede l'impiego di strumenti diversi di valutazione e auto-valutazione dell'apprendimento somministrati e compilati anche per via telematica. A seconda dell'UF, le prove saranno organizzate attraverso interviste individuali, prove scritte, test di verifica con domande aperte, test di verifica con domande chiuse a scelta multipla, esercitazioni pratiche, valutazione degli elaborati prodotti.

La valutazione finale sarà condotta sulla base dei risultati di due gruppi di prove:

1. prove scritte, condotte con l'ausilio di strumenti tradizionali e integrati, quali un elaborato scritto e/o test a risposta multipla (per la verifica di capacità di tipo conoscitivo/interpretativo),
2. un colloquio individuale (per la verifica delle capacità espressive e comunicative, oltre che delle conoscenze professionali)

Fabbisogno Occupazionale

Questa figura altamente richiesta dal settore commerciale per l'importanza che l'immagine e la comunicazione assumono per la vendita di prodotti e servizi, può svolgere la propria attività in maniera autonoma come freelance. Può diventare anche collaboratore o responsabile del settore pubblicità di aziende commerciali, oppure responsabile dell'allestimento di spazi fieristici e di mostre.

