

Indirizzo “*Servizi Commerciali*”
Articolo 3, comma 1, lettera f) – D.Lgs. 13 aprile 2017, n. 61

DESCRIZIONE SINTETICA

Il Diplomato di istruzione professionale nell’indirizzo “**Servizi commerciali**” partecipa alla realizzazione dei processi amministrativo-contabili e commerciali, con autonomia e responsabilità esercitate nel quadro di azione stabilito e delle specifiche 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, orientando le azioni nell’ambito socio-economico e interagendo con soggetti e istituzioni per il posizionamento dell’azienda in contesti locali, nazionali e internazionali. Riferisce a figure organizzative intermedie in organizzazioni di medie e grandi dimensioni, ovvero direttamente al management aziendale in realtà organizzative di piccole dimensioni.

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 minime	Conoscenze essenziali
Interpretare un organigramma aziendale	Principi di organizzazione aziendale
Identificare le modalità di trasmissione dei flussi informativi nell’organizzazione aziendale	Forme giuridiche per l’esercizio dell’attività d’impresa
Identificare e applicare i profili normativi e di responsabilità legati alle diverse forme giuridiche di impresa	Elementi di gestione d’impresa
Contribuire alla stesura di documenti e atti di natura commerciale	Metodi e sistemi di scritture
Applicare clausole relative al trasporto, l’assicurazione e la consegna delle merci	Elementi del sistema tributario italiano
Produrre, interpretare e rilevare correttamente	Documenti e clausole commerciali in campo nazionale e internazionale

i documenti aziendali secondo le normative civilistica e fiscale	
Rilevare i fatti di gestione con adeguata metodologia nei sistemi di scritture	

Competenza n. 2

Curare l'applicazione, l'adattamento e l'implementazione 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
Utilizzare le tecnologie informatiche di più ampia diffusione a supporto della gestione digitale dei processi amministrativi, contabili, commerciali e logistici	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
Applicare la normativa sulla sicurezza e riservatezza dei dati nel trattamento, elaborazione e diffusione di dati e documenti aziendali	Elementi fondamentali dei linguaggi informatici di più ampia diffusione
Collaborare all'analisi dei dati aziendali e di settore	Sistema, direttive e normative sulla sicurezza e riservatezza del trattamento dei dati aziendali
Utilizzare i linguaggi informatici di più ampia diffusione per la personalizzazione dei software applicativi e del web	

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.

Abilità minime	Conoscenze essenziali
Applicare tecniche di programmazione, rendicontazione, rappresentazione e comunicazione delle attività e dei risultati della gestione	Strumenti e tecniche di programmazione delle attività e di monitoraggio dei risultati raggiunti
Redigere e interpretare strumenti di pianificazione e programmazione dell'attività	Tecniche di reporting
	Profili normativi nazionali e internazionali per la rappresentazione e la comunicazione dei

<p>aziendale</p> <p>Applicare procedure e istruzioni operative di reporting</p> <p>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</p> <p>Interpretare letteralmente i documenti per la rappresentazione e la comunicazione dei risultati della gestione</p> <p>Collaborare nei processi logistici aziendali e alla gestione delle scorte del magazzino</p>	<p>risultati aziendali</p> <p>Metodi e sistemi per il controllo di gestione</p> <p>Metodologie e sistemi di gestione delle scorte</p>
---	---

Competenza n. 4	
<p>Collaborare, nell'area della funzione commerciale, alla realizzazione delle azioni di fidelizzazione della clientela, anche tenendo conto delle tendenze artistiche e culturali locali, nazionali e internazionali, contribuendo alla gestione dei rapporti con i fornitori e i clienti, anche internazionali, secondo principi di sostenibilità economico-sociale legati alle relazioni commerciali.</p>	
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>Comprendere testi scritti e orali coerenti e coesi, utilizzare le principali tipologie testuali, produrre testi scritti e orali, nella dimensione tecnico-professionale, in due 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</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>Metodi e sistemi di rilevazione, anche con strumenti tecnologici e software applicativi, per la gestione dei rapporti con i clienti e i fornitori</p> <p>Tecniche di packaging e commercializzazione dei prodotti</p> <p>Riflessi economico-sociali delle transazioni</p>

Identificare gli elementi economico-sociali delle transazioni commerciali, nazionali e internazionali	commerciali nazionali e internazionali
---	--

Competenza n. 5	
Collaborare alla realizzazione di azioni di marketing strategico ed operativo, all'analisi dei mercati, alla valutazione di campagne informative, pubblicitarie e promozionali del <i>brand</i> aziendale adeguate alla <i>mission</i> e alla <i>policy</i> aziendale, avvalendosi dei linguaggi più innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.	
Abilità minime	Conoscenze essenziali
Applicare strumenti operativi per il raggiungimento degli obiettivi delineati dal piano operativo e strategico di <i>marketing</i>	Strategie, tecniche, elementi di marketing e di analisi dei mercati
Leggere e interpretare le informazioni statistiche più diffusi per la conduzione di ricerche di mercato	Elementi di statistica in funzione delle ricerche di mercato
Individuare e analizzare le esigenze comunicative dell'azienda traducendole in un progetto pubblicitario/comunicativo	Strategie, tecniche, modelli e linguaggi della comunicazione commerciale e pubblicitaria, nella loro evoluzione e sviluppo storico
Cogliere le strategie, le tecniche, i modelli e i linguaggi della comunicazione sui diversi <i>media</i>	Fasi della progettazione pubblicitaria e piano della comunicazione aziendale
Applicare il modello comunicativo della organizzazione di appartenenza tra i diversi linguaggi	Tecniche di <i>web marketing</i>
Utilizzare i diversi linguaggi mediatici e anche gli aspetti visivi della comunicazione per la promozione e la comunicazione di attività e prodotti	Strategie e tecniche di promozione del <i>brand</i> aziendale
Utilizzare a fini promozionali i <i>social media</i> e i <i>social network</i>	Tecniche e strumenti di progettazione e composizione editoriale e/o visiva per la comunicazione aziendale
Scegliere o predisporre materiali informativi da diffondere secondo differenti modalità operative	Normative nazionali e comunitarie di riferimento

Competenza n. 6
Operare in sicurezza e nel rispetto delle norme di igiene e di salvaguardia ambientale, prevenendo eventuali situazioni di rischio.

Abilità minime	Conoscenze essenziali
<p>Individuare i principali segnali di divieto, pericolo e prescrizione tipici delle lavorazioni del settore</p> <p>Adottare comportamenti lavorativi coerenti con le norme di igiene e sicurezza sul lavoro e con la salvaguardia/sostenibilità ambientale</p> <p>Utilizzare i dispositivi di protezione individuale e collettiva</p>	<p>Normativa sulla salute e sicurezza nei luoghi di lavoro come formazione generale e specifica del lavoratore</p> <p>Dispositivi di protezione individuale e collettiva</p> <p>Normativa ambientale e fattori di inquinamento</p>

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</p> <p>Scelta delle diverse forme di finanziamento</p> <p>Scegliere tra diverse forme di investimento in funzione del rapporto tra rischio e rendimento Orientarsi nella scelta dei prodotti assicurativi sia come forme di investimento, sia come strumenti di protezione previdenziale</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>Caratteristiche degli investimenti e rapporto tra rischio e rendimento</p> <p>Il mercato assicurativo</p>

REFERENZIAMENTO ALLE ATTIVITA' ECONOMICHE

Il Profilo di uscita dell'indirizzo presenta caratteristiche di trasversalità ad ogni tipo di attività economica. Le attività economiche referenziate ai codici ATECO di riferimento del profilo di uscita sono quelle relative alle Sezioni, e correlate Divisioni, di cui ai codici di sezione da "A" a "S" compresi e "U".

CORRELAZIONE AI SETTORI ECONOMICO-PROFESSIONALI

In riferimento ai settori economico professionali di cui al decreto del Ministro del lavoro e delle politiche sociali, di concerto con il Ministro dell'istruzione, dell'università e della ricerca, del 30 giugno 2015, pubblicato nella Gazzetta ufficiale del 20 luglio 2015, n. 166, il profilo di uscita dell'indirizzo di studi è correlato al settore "Area comune".