

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 responsabilita' esercitate nel quadro di azione stabilito e delle specifiche assegnate nell'ambito di una dimensione operativa della gestione aziendale. Utilizza le tecnologie informatiche di piu' ampia diffusione. Supporta le attivita' di pianificazione, programmazione, rendicontazione relative alla gestione. Collabora alle attivita' 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 realta' 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 abilita' minime.

Competenza n. 1

Interagire nei sistemi aziendali riconoscendone i diversi modelli organizzativi, le diverse forme giuridiche con cui viene svolta l'attivita' e le modalita' 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.

=====		
	Abilita' minime	Conoscenze essenziali
+=====+		

Interpretare un organigramma aziendale	Principi di organizzazione aziendale
Identificare le modalita' di trasmissione dei flussi informativi nell'organizzazione aziendale	Forme giuridiche per l'esercizio dell'attivita' d'impresa
Identificare e applicare i profili normativi e di responsabilita' 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 i documenti aziendali secondo le normative civilistica e fiscale	Documenti e clausole commerciali in campo nazionale e internazionale
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.

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Utilizzare le tecnologie informatiche di piu' ampia	Strumenti tecnologici e software applicativi

diffusione a supporto della	professionali di piu' ampia
gestione digitale dei processi	diffusione per la rilevazione e
amministrativi, contabili,	l'archiviazione dei dati
commerciali e logistici	aziendali e per la gestione dei
	processi amministrativi,
Applicare la normativa sulla	contabili, commerciali e
sicurezza e riservatezza dei dati	logistici
nel trattamento, elaborazione e	
diffusione di dati e documenti	Elementi fondamentali dei
aziendali	linguaggi informatici di piu'
	ampia diffusione
Collaborare all'analisi dei dati	
aziendali e di settore	Sistema, direttive e normative
	sulla sicurezza e riservatezza
Utilizzare i linguaggi informatici	del trattamento dei dati
di piu' ampia diffusione per la	aziendali
personalizzazione dei software	
applicativi e del web	
+-----+	+-----+

Competenza n. 3

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

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Applicare tecniche di	Strumenti e tecniche di
programmazione, rendicontazione,	programmazione delle attivita' e
rappresentazione e	di monitoraggio dei risultati
comunicazione delle attivita' e	raggiunti
dei risultati della gestione	
Redigere e interpretare strumenti	Tecniche di reporting
di pianificazione e	
programmazione dell'attivita'	Profili normativi nazionali e
aziendale	internazionali per la
	rappresentazione e la
Applicare procedure e istruzioni	comunicazione dei risultati
operative di reporting	aziendali

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	Metodi e sistemi per il controllo di gestione
Interpretare letteralmente i documenti per la rappresentazione e la comunicazione dei risultati della gestione	Metodologie e sistemi di gestione delle scorte
Collaborare nei processi logistici aziendali e alla gestione delle scorte del magazzino	
+-----+	+-----+

Competenza n. 4

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 sostenibilita' economico-sociale legati alle relazioni commerciali.

=====	
Abilita' minime	Conoscenze essenziali
+=====+	
Leggere e interpretare le tendenze dei mercati di riferimento, storiche e contemporanee, anche alla luce delle tendenze culturali e artistiche locali, nazionali e internazionali	Normative di riferimento e profili di responsabilita' nella gestione dei dati, documenti e informazioni commerciali
Comprendere testi scritti e orali coerenti e coesi, utilizzare le	Principali movimenti e tendenze culturali e artistici locali, nazionali e

principali tipologie testuali,	internazionali, storici e
produrre testi scritti e orali,	contemporanei
nella dimensione	
tecnico-professionale, in due lingue	Strategie di esposizione orale
straniere	e scritta in un lessico e una
	fraseologia di settore in due
Cogliere le variabili di scelta dei	lingue straniere
piu' efficaci canali distributivi	
per i prodotti/servizi da immettere	Principali azioni per la
sul mercato	fidelizzazione della clientela
Utilizzare tecniche di relazione e	Metodi e sistemi di
comunicazione commerciale	rilevazione, anche con
	strumenti tecnologici e
Applicare tecniche di fidelizzazione	software applicativi, per la
della clientela	gestione dei rapporti con i
	clienti e i fornitori
Applicare procedure e metodi per la	
raccolta del feed-back a supporto	Tecniche di packaging e
della customer satisfaction	commercializzazione dei
	prodotti
Identificare gli elementi	
economico-sociali delle transazioni	Riflessi economico-sociali
commerciali, nazionali e	delle transazioni commerciali
internazionali	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 brand aziendale adeguate alla mission e alla policy aziendale, avvalendosi dei linguaggi piu' innovativi e anche degli aspetti visivi della comunicazione.

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Applicare strumenti operativi per il	Strategie, tecniche,
raggiungimento degli obiettivi delineati	elementi di marketing e
dal piano operativo e strategico di	di analisi dei mercati
marketing	

	Elementi di statistica
Leggere e interpretare le informazioni	in funzione delle
statistiche piu' diffusi per la conduzione	ricerche di mercato
di ricerche di mercato	
	Strategie, tecniche,
Individuare e analizzare le esigenze	modelli e linguaggi
comunicative dell'azienda traducendole in	della comunicazione
un progetto pubblicitario/comunicativo	commerciale e
	pubblicitaria, nella
Cogliere le strategie, le tecniche, i	loro evoluzione e
modelli e i linguaggi della comunicazione	sviluppo storico
sui diversi media	
	Fasi della
Applicare il modello comunicativo della	progettazione
organizzazione di appartenenza tra i	pubblicitaria e piano
diversi linguaggi	della comunicazione
	aziendale
Utilizzare i diversi linguaggi mediatici e	
anche gli aspetti visivi della	Tecniche di web
comunicazione per la promozione e la	marketing
comunicazione di attivita' e prodotti	
	Strategie e tecniche di
Utilizzare a fini promozionali i social	promozione del brand
media e i social network	aziendale
Scegliere o predisporre materiali	Tecniche e strumenti di
informativi da diffondere secondo	progettazione e
differenti modalita' operative	composizione editoriale
	e/o visiva per la
	comunicazione aziendale
	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.

=====	=====
	Conoscenze

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

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

Abilita' minime	Conoscenze essenziali
Utilizzare gli strumenti per il calcolo finanziario adattandoli alle diverse esigenze aziendali	Metodologie e strumenti per il calcolo finanziario La moneta bancaria e gli strumenti di pagamento
Scegliere tra gli strumenti di pagamento, quelli piu' adeguati alle esigenze aziendali	alternativi al contante: carte di debito, carte di credito, assegni e bonifici
Orientarsi nel sistema bancario	Il sistema bancario e finanziario: soggetti, strumenti e funzioni; la relazione tra banche e clienti
Scelta delle diverse forme	

di finanziamento	Elementi e caratteristiche	
	delle diverse forme di	
Scegliere tra diverse forme	finanziamento	
di investimento in funzione		
del rapporto tra rischio e	Caratteristiche degli	
rendimento	investimenti e rapporto tra	
	rischio e rendimento	
Orientarsi nella scelta dei		
prodotti assicurativi sia	Il mercato assicurativo	
come forme di investimento,		
sia come strumenti di		
protezione previdenziale		
+-----+	+-----+	+-----+

REFERENZIAZIONE ALLE ATTIVITA' ECONOMICHE

Il Profilo di uscita dell'indirizzo presenta caratteristiche di trasversalita' ad ogni tipo di attivita' economica. Le attivita' 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'universita' 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 e' correlato al settore "Area comune".