

Titolo: Gestire la promozione del prodotto e gli assortimenti del reparto.	Codice UF 1.CM 30 ore a calendario
UF coerente con il Sistema Regionale delle qualifiche (SRQ) <input checked="" type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No	
Denominazione area professionale Marketing e vendite	
Denominazione qualifica di riferimento Operatore del punto vendita	
Unità di competenza di riferimento UC 1 Stoccaggio e approntamento merci UC 2 Allestimento e riordino merci	
Capacità: <i>Essere in grado di:</i> 1.4 riconoscere gli elementi identificativi delle merci ed i dispositivi di sicurezza previsti (prezzi, placche antitaccheggio,ecc.) 2.1 applicare i criteri espositivi definiti secondo i quali presentare la merce sugli scaffali ed i prodotti al banco 2.2 valutare la presenza e la corretta esposizione delle parti identificative dei prodotti esposti e dei relativi prezzi 2.3 individuare i prodotti scaduti e le rotture di stock 2.4 valutare funzionalità ed efficienza delle attrezzature in area vendita: bilance, banchi-frigorifero, ecc.	
Conoscenze Tipologia organizzativa dell'impresa commerciale: punti vendita, aree e reparti Il ciclo delle merci: ricevimento, stoccaggio, preparazione, allestimento, vendita,registrazione vendite Le principali componenti del servizio nelle strutture di vendita Elementi di base per la gestione dello spazio in punto vendita: layout delle attrezzature, layout merceologico, display, attività promozionali Tipologia delle macchine per lo stoccaggio delle merci e l'allestimento in area vendita: carrelli,muletti, ecc. Disposizioni a tutela della sicurezza nell'ambiente di lavoro nelle strutture di vendita	
Sono previste, come requisiti in ingresso, conoscenze attinenti la Qualifica di riferimento? <input checked="" type="checkbox"/> Sì <input type="checkbox"/> No Requisiti in ingresso: conoscere le tipologie organizzative dell'impresa commerciale: i punti vendita, le aree e i reparti. Conoscere il ciclo delle merci: ricevimento, stoccaggio, vendita , registrazione.	
Risultato atteso: Gestire la rotazione espositiva dei prodotti secondo schemi promozionali. Individuare e gestire gli assortimenti e relative problematiche attraverso le rilevazioni statistiche aziendali sulla	

movimentazione merci.

Contenuti:

- La definizione degli spazi di vendita: funzioni, ripartizioni
- Criteri espositivi.
- Significato di assortimento e gamma
- l'esposizione prodotto secondo accostamenti moda/servizio
- Ciclo di vita del prodotto; la vendibilità.
- Le tecniche per la rotazione espositiva dell'assortimento con l'utilizzo delle attrezzature e degli spazi predefiniti.
- Principi di marketing promozionale
- messaggi promozionali e assortimentali del punto vendita
- le attrezzature e le strutture per l'esposizione promozionale
- Le disposizioni di legge in materia di sconti
- Fattori immagine e comunicazione visiva
- Sicurezza sul lavoro
- L'evidenza della scontistica applicata
- Il controllo delle scorte per gli assortimenti stagionali

Metodologie e modalità formative:

- ☒ Lezioni Frontali
- ☐ Simulazioni
- ☐ Analisi di caso
- ☒ Esercitazioni in sedi attrezzate
- ☐ Altro

Metodologie e strumenti di Valutazione:

- ☐ Test a risposta chiusa
- ☐ Simulazioni
- ☒ prova pratica in situazione.

Durata:

30 Ore