

## Elenco di obiettivi di valutazione, ramo *Marketing & Comunicazione* del 26 settembre 2011

### Avvertenze:

- Per facilitarne la leggibilità il presente documento è stato redatto utilizzando la forma maschile.
- Per "cliente" si intendono tutte le persone e organizzazioni per le quali gli impiegati di commercio forniscono prestazioni fuori e dentro l'azienda.
- Le competenze metodologiche, sociali e personali – **MSP** – sono descritte in dettaglio nel piano di formazione di base, parte A: competenze operative professionali, cap. 2 "Competenze metodologiche", cap. 3 "Competenze sociali e personali".
- I livelli di tassonomia **C1-C6** che definiscono il livello degli obiettivi di valutazione sono descritti nel capitolo 4.

### Disposizioni in materia di obiettivi di valutazione aziendali obbligatori e opzionali

Per le persone in formazione nel ramo di formazione e d'esame *Marketing & Comunicazione*, l'area disciplinare "Ramo e azienda" è costituita da **20 obiettivi di valutazione aziendali obbligatori** che devono essere trattati e raggiunti da tutte le persone in formazione e da **13 obiettivi di valutazione aziendali opzionali** di cui **3** devono essere trattati e raggiunti.

Per ogni persona in formazione i responsabili della formazione professionale dell'azienda di tirocinio scelgono individualmente gli obiettivi di valutazione opzionali nel quadro della composizione del programma di formazione. Il responsabile della formazione professionale tiene conto delle prerogative dell'azienda di tirocinio nonché, nella misura del possibile, delle preferenze e delle capacità della persona in formazione. Il programma di formazione è elaborato all'inizio del tirocinio per ogni persona in formazione. Il programma di formazione può essere modificato all'inizio di ogni semestre in caso di cambiamenti in seno all'azienda o in base alle esperienze nella sua attuazione. Non sono invece ammesse modifiche in corso di semestre.

Gli obiettivi di valutazione obbligatori e opzionali definiti per ogni semestre costituiscono anche la base delle situazioni di apprendimento e di lavoro e delle unità procedurali nel quadro del campo di qualificazione "Nota relativa all'insegnamento professionale" nonché per il campo di qualificazione "Pratica professionale - orale". Gli obiettivi di valutazione aziendali obbligatori e gli obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali appartengono al campo di qualificazione "Pratica professionale -scritto".

#### 1.1. Obiettivo fondamentale – **Ramo & azienda** (risp. elaborare procedure economico-aziendali e/o procedure di servizi)

L'adozione di procedure economico-aziendali orientate ai clienti e ai servizi ha un'importanza centrale per l'attività degli impiegati di commercio. Essi conoscono a fondo le procedure nel loro ambito professionale e fanno fronte con competenza alle esigenze e alle richieste. A tale scopo mettono in campo conoscenze generali, conoscenze specifiche e metodi di lavoro appropriati. Grazie alla loro professionalità assicurano l'adozione di procedure di lavoro mirate nei campi della consulenza ai clienti, dell'attività specifica del ramo e dell'amministrazione.

1.1.1 Obiettivo operativo – **Gestire materiale/merce o servizi**

Gli impiegati di commercio riconoscono l'importanza di una gestione professionale e sostenibile della merce, del materiale o dei servizi. In questa procedura seguono con efficienza tutte le fasi necessarie per raggiungere l'obiettivo applicando le direttive aziendali e giuridiche.

**Competenze metodologiche** 2.1 Efficienza e sistematicità nel lavoro

**Competenze sociali e personali** 3.6. Coscienza ecologica

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.1.1 Acquisire materiale, merce (incl. materiale d'ufficio) (C5)</b>  <b>Opzionale</b>                      Procuro il materiale e la merce secondo le direttive aziendali e le disposizioni legali. In questo ambito eseguo i seguenti lavori:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- chiedere e paragonare offerte</li> <li>- chiarire condizioni e termini di consegna</li> <li>- ordinare il materiale/la merce</li> <li>- monitorare il controllo delle consegne</li> <li>- controllare le consegne</li> <li>- contestare/correggere le consegne incomplete</li> </ul>	
<p><b>1.1.1.2 Immagazzinare/gestire materiale/merce (C5)</b>  <b>Opzionale</b>                      Mi occupo di immagazzinare il materiale e la merce a regola d'arte. Svolgo i seguenti compiti con precisione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- immagazzinare le consegne</li> <li>- controllare le riserve</li> <li>- gestire il magazzino</li> <li>- redigere l'inventario</li> </ul>	
<p><b>1.1.1.3 Consegnare il materiale/la merce (C5)</b>  <b>Opzionale</b>                      Organizzo la consegna del materiale/della merce ordinata dal cliente secondo le direttive aziendali. Eseguo autonomamente le seguenti fasi di lavoro o ne seguo e controllo l'esecuzione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- elaborare l'ordine di consegna</li> <li>- preparare il materiale/la merce</li> <li>- preparare i documenti di consegna</li> <li>- scegliere il partner per la consegna</li> </ul>	

### 1.1.2 Obiettivo operativo – Fornire consulenza ai clienti

Gli impiegati di commercio sono consapevoli del fatto che i clienti rappresentano il principale gruppo di interesse per l'azienda. Trattano in maniera professionale le richieste dei clienti preoccupandosi della loro completa soddisfazione. A tale scopo dispongono di buone conoscenze sui prodotti e servizi, di una buona competenza nella consulenza, di tecniche di vendita indirizzate ai clienti, di un orientamento ai servizi e di un atteggiamento professionale nei confronti della qualità del servizio reso.

<b>Competenze metodologiche</b>	2.3 Efficacia nella negoziazione e nella consulenza	2.4 Presentazione efficace
<b>Competenze sociali e personali</b>	3.2 Capacità di comunicazione	3.4 Forme comportamentali

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.2.1 Trattare le richieste dei clienti (C4)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Tratto le richieste dei clienti a regola d'arte secondo le direttive aziendali. Eseguo i seguenti compiti considerando le esigenze del cliente e con cortesia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prendere atto delle richieste</li> <li>- determinare le esigenze</li> <li>- elaborare le richieste, fornire una risposta o trasmettere le richieste alla persona competente</li> <li>- archiviare in maniera chiara i contatti con i clienti e i relativi documenti</li> </ul>	
<p><b>1.1.2.2 Colloqui con i clienti (C5)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Nei colloqui di vendita o di consulenza con i clienti sono cortese, convincente e sintetico. Utilizzo le mie conoscenze del prodotto o del servizio in modo mirato e procedo come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- preparare il colloquio</li> <li>- condurre il colloquio (determinare le esigenze, spiegare le opzioni, difendere il valore aggiunto della propria proposta, dissuadere il cliente in caso di obiezioni da parte sua, stabilire le tappe successive) e concluderlo in maniera positiva</li> <li>- dare seguito al colloquio (offerte, contratti, conferme, ecc.)</li> </ul>	<p><b>1.1.2.2 Colloqui con i clienti (C5)</b>                      Conduco e analizzo colloqui di vendita o di consulenza. Utilizzo le mie conoscenze del prodotto o del servizio in modo mirato e procedo come segue:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- preparare il colloquio</li> <li>- condurre il colloquio (determinare le esigenze, spiegare le opzioni, difendere il valore aggiunto della propria proposta, dissuadere il cliente in caso di obiezioni da parte sua, stabilire le tappe successive) e concluderlo in maniera positiva</li> <li>- dare seguito al colloquio (offerte, contratti, conferme, ecc.). Applico le condizioni del caso ed elaboro soluzioni individualizzate che corrispondono possibilmente alle attese del cliente</li> </ul> <p>Mi concentro sulla comunicazione verbale e non verbale tra me e il mio interlocutore e amplio le mie capacità comunicative sulla base del quadrato della comunicazione di Schulz von Thun. Illustro le differenze tra comunicazione privata, pubblica orientata ai contenuti e commerciale.</p>

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.2.3 Gestire le informazioni relative ai clienti (C4)</b></p> <p><b>Obbligatorio</b></p> <p>Gestisco le informazioni e i dati relativi ai clienti in modo chiaro e coerente. Impiego i sistemi o gli strumenti aziendali in modo mirato per svolgere i seguenti compiti:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- registrare, ordinare, archiviare e aggiornare i dati dei clienti</li><li>- analizzare i contatti con i clienti.</li></ul> <p>Tratto confidenzialmente i dati sensibili secondo le disposizioni legali e le direttive aziendali.</p>	

### 1.1.3 Obiettivo operativo – **Eseguire incarichi e mandati**

Nel proprio campo gli impiegati di commercio sono responsabili dell'esecuzione di incarichi e mandati di clienti. Svolgono le varie fasi secondo le direttive interne dell'azienda, rispettando scadenze ed esigenze di qualità. Lavorano in modo autonomo ed efficiente impiegando in maniera professionale gli strumenti necessari.

<b>Competenze metodologiche</b>	2.2 Pensiero e azione interdisciplinare	2.1 Efficienza e sistematicità nel lavoro
<b>Competenze sociali e personali</b>	3.3 Capacità di lavorare in gruppo	

<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b>
<p><b>1.1.3.1 Eseguire incarichi o mandati (C3)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Eseguo gli incarichi esterni e interni con o senza partner commerciali a regola d'arte e in modo autonomo, svolgendo le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- accettare le richieste</li> <li>- definire le attese e le esigenze</li> <li>- registrare i dati relativi ai mandati</li> <li>- attuare piani precisi di procedura</li> <li>- determinare i criteri per lo svolgimento degli incarichi</li> <li>- elaborare e generare incarichi</li> <li>- garantire che l'incarico sia svolto correttamente.</li> </ul> <p>Mi assicuro così che i clienti siano soddisfatti dei prodotti e servizi dell'azienda e di quelli procurati da terzi.</p>	<p><b>1.1.3.1 Eseguire incarichi o mandati (C3)</b>                      Spiego lo svolgimento di un incarico nel mio campo professionale, utilizzando la terminologia specifica. Svolgo i lavori preliminari secondo le direttive interne. Descrivo nel dettaglio come e secondo quali modalità viene svolto un incarico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Svolgo gli incarichi avvalendomi di conoscenze specifiche e degli strumenti di aiuto e delle direttive disponibili osservando gli eventuali punti di contatto. Indico gli specialisti coinvolti nel processo e le loro competenze e garantisco la comunicazione tra le parti. Osservo i requisiti tecnici e garantisco uno scambio professionale di dati.</li> <li>- Nell'ambito dello svolgimento di un incarico o della produzione osservo che siano rispettate le scadenze secondo uno scadenziario da me elaborato e all'occorrenza intervengo. Controllo gli incarichi autonomamente e in caso di lacune adotto misure.</li> </ul>
<p><b>1.1.3.2 Gestire i reclami dei clienti (C4)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Prendo atto in maniera adeguata dei reclami dei clienti. Nei limiti delle mie competenze cerco una soluzione conforme alle direttive interne e alle disposizioni legali.                      All'occorrenza adotto altre misure opportune (controllo dei risultati, informazione del superiore, fornitore di servizi, partner).</p>	
<p><b>1.1.3.3 Elaborare incarichi con efficienza ed entro i termini (C5)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Nell'ambito di processi che coinvolgono più persone tengo conto dei termini e organizzo il tempo a disposizione con l'aiuto di un programma giornaliero e una lista delle pendenze affinché gli incarichi siano svolti con efficienza e competenza anche in caso di scadenze ravvicinate.</p>	<p><b>1.1.3.3 Svolgere gli incarichi in modo efficiente (C2)</b>                      Mi attengo allo scadenziario relativo ai processi che coinvolgono più persone nell'ambito della pubblicità, dei media, della redazione, del mercato, della produzione, della contabilità e della distribuzione.</p>

1.1.4 Obiettivo operativo – **Attuare misure di marketing e di pubbliche relazioni**

Gli impiegati di commercio sono consapevoli dell'importanza del marketing e delle pubbliche relazioni per un'efficace attività commerciale. Ne utilizzano gli strumenti in funzione della situazione e dei destinatari.

**Competenze metodologiche** 2.2 Pensiero e azione interdisciplinare  
**Competenze sociali e personali** 3.1 Disponibilità a fornire buone prestazioni lavorative

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.4.1 Analizzare e descrivere la commercializzazione di prodotti e servizi (C5)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Analizzo e descrivo il principio della commercializzazione dei prodotti e servizi della mia azienda di tirocinio. Tengo conto della situazione di mercato, dei gruppi di interesse e del posizionamento delle offerte. Mi avvalgo di esempi concreti.</p>	<p><b>1.1.4.1 Analizzare e descrivere la commercializzazione di prodotti e servizi (C5)</b>                      Analizzo e descrivo il principio della commercializzazione dei prodotti e servizi della mia azienda di tirocinio. Tengo conto della situazione di mercato, dei gruppi di interesse e del posizionamento delle offerte.</p> <p><b>1.1.4.1.1 Definire i gruppi di interesse (C5)</b>                      Definisco un gruppo di interesse sulla base di caratteristiche demografiche, socioeconomiche e psicologiche e tengo conto del comportamento di acquisto.</p> <p><b>1.1.4.1.2 Posizionamento</b>                      Posiziono un prodotto o un servizio della mia azienda di tirocinio applicando gli strumenti del ramo.</p> <p><b>1.1.4.1.3 Applicare i risultati delle ricerche di mercato (C5)</b>                      Mi procuro informazioni sulle abitudini di consumo e di utilizzo dei media riferendomi alle fonti impiegate nel ramo e le preparo per sfruttarle professionalmente (ad es. pianificazione dei media). Applico i metodi di rilevamento correnti e utilizzo correttamente la terminologia di settore.</p>
<p><b>1.1.4.2 Marketing 4 P: applicare gli strumenti di marketing per il prodotto (C3)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Per acquisire clienti o per fidelizzarli utilizzo in modo mirato gli strumenti di marketing disponibili (politica del prodotto) nei seguenti ambiti: qualità, controllo della qualità, design, nome, imballaggio, assortimento (gamma di prodotti e servizi offerti), servizio e garanzia.</p>	<p><b>1.1.4.2 Marketing 4 P: applicare gli strumenti di marketing per il prodotto (C3)</b>                      Per acquisire clienti o per fidelizzarli utilizzo in modo mirato gli strumenti di marketing disponibili (politica del prodotto) nei seguenti ambiti: qualità, design, nome, imballaggio, assortimento, servizio e garanzia.</p> <p><b>1.1.4.2.1 Utilizzare in modo mirato i tipi di carta in funzione delle loro proprietà (C3)</b>                      Scelgo il tipo di carta in funzione dello scopo/del prodotto, della produzione, del prezzo e delle caratteristiche per la stampa.</p> <p><b>1.1.4.2.2 Gamma di prodotti, pacchetti e servizi supplementari (C3)</b>                      Propongo servizi supplementari e una gamma ampliata di prodotti sfruttando la stampa e i media elettronici.</p>

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.4.3 Marketing 4P: Applicare gli strumenti di marketing per prezzi e riduzioni (C3)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Per acquisire o fidelizzare clienti impiego in modo mirato gli strumenti di marketing disponibili (politica del prezzo) nell'ambito di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prezzi</li> <li>- riduzioni</li> <li>- condizioni</li> </ul>	<p><b>1.1.4.3 Marketing 4P: Applicare gli strumenti di marketing per prezzi e riduzioni (C3)</b>                      Per acquisire o fidelizzare clienti impiego in modo mirato gli strumenti di marketing disponibili (politica del prezzo) nell'ambito di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prezzi</li> <li>- riduzioni</li> <li>- condizioni</li> </ul>
<p><b>1.1.4.4 Marketing 4P promozione: Applicare gli strumenti di marketing (politica di comunicazione) per la comunicazione (C5)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Per acquisire o fidelizzare clienti impiego in modo mirato gli strumenti di comunicazione disponibili e ne illustro le finalità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pubblicità tradizionale</li> <li>- promozione delle vendite</li> <li>- pubbliche relazioni</li> <li>- sponsoring/partenariati</li> <li>- Internet</li> <li>- direct marketing</li> <li>- eventi</li> <li>- partecipazione a fiere</li> </ul> <p>Nell'ambito di un incarico combino diversi strumenti di comunicazione e motivo la mia scelta. Tengo conto del plurilinguismo in Svizzera.</p>	<p><b>1.1.4.4 Marketing 4P promozione: Applicare gli strumenti di marketing (politica di comunicazione) per la comunicazione (C5)</b>                      Per acquisire o fidelizzare clienti impiego in modo mirato gli strumenti di comunicazione disponibili e ne illustro le finalità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pubblicità tradizionale</li> <li>- promozione delle vendite</li> <li>- pubbliche relazioni</li> <li>- sponsoring/partenariati</li> <li>- Internet</li> <li>- direct marketing</li> <li>- eventi</li> <li>- partecipazione a fiere</li> </ul> <p>Nell'ambito di un incarico combino diversi strumenti di comunicazione e motivo la mia scelta. Tengo conto del plurilinguismo in Svizzera.</p> <p><b>1.1.4.4.1 Categorizzare media e mezzi pubblicitari (C2)</b>                      Con riferimento a esempi concreti tratti dalla mia attività cito media e mezzi pubblicitari e li categorizzo correttamente.</p> <p><b>1.1.4.4.2 Elencare gli obiettivi pubblicitari e misurarne l'impatto (C2)</b>                      Cito i quattro possibili obiettivi della comunicazione pubblicitaria e spiego come viene misurato l'impatto della pubblicità.</p> <p><b>1.1.4.4.3 Descrivere i meccanismi pubblicitari (C2)</b>                      Sulla base di un esempio concreto descrivo i meccanismi pubblicitari con l'aiuto dei modelli AIDA e DAGMAR.</p> <p><b>1.1.4.4.4 Spiegare le tecniche sociali nella pubblicità (C2)</b>                      Sulla base di un esempio concreto descrivo l'impiego e l'impatto delle tecniche sociali nella pubblicità.</p> <p><b>1.1.4.4.5 Media-mix e cross-media (C2)</b>                      Sulla base di un esempio concreto spiego come è possibile mettere in connessione i diversi mezzi e media pubblicitari.</p>

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.4.5 Marketing 4P punto vendita: Applicare strumenti di marketing nella vendita e distribuzione (politica della distribuzione) (C3)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Per acquisire o fidelizzare clienti impiego in modo mirato gli strumenti di marketing disponibili nell'ambito della vendita e della distribuzione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vendita diretta</li> <li>- partner di vendita / regioni di vendita</li> <li>- distribuzione diretta</li> <li>- distribuzione in collaborazione con un partner</li> </ul>	<p><b>1.1.4.5 Marketing 4P punto vendita: Applicare strumenti di marketing nella vendita e distribuzione (politica della distribuzione) (C3)</b>                      Per acquisire o fidelizzare clienti impiego in modo mirato gli strumenti di marketing disponibili nell'ambito della vendita e della distribuzione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- vendita diretta</li> <li>- partner di vendita / regioni di vendita</li> <li>- distribuzione diretta</li> <li>- distribuzione in collaborazione con un partner</li> </ul>
<p><b>1.1.4.6 Valutare le misure di marketing (C4)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Secondo le direttive rilevo statisticamente l'impatto delle singole misure di acquisizione e fidelizzazione dei clienti per quanto concerne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- il numero di clienti acquisiti</li> <li>- l'incremento di fatturato riconducibile ai clienti esistenti</li> <li>- gruppi d'interesse</li> </ul> <p>Presento i risultati in modo eloquente con l'aiuto di termini specifici della ricerca di mercato come portata, frequenza, affinità, ecc.</p>	<p><b>1.1.4.6 Valutare le misure di marketing (C4)</b>                      Secondo le direttive rilevo statisticamente l'impatto delle singole misure di acquisizione e fidelizzazione dei clienti per quanto concerne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- il numero di clienti acquisiti</li> <li>- l'incremento di fatturato riconducibile ai clienti esistenti</li> <li>- gruppi d'interesse</li> </ul> <p>Presento i risultati in modo eloquente con l'aiuto di termini specifici della ricerca di mercato come portata, frequenza, affinità, ecc.</p>
<p><b>1.1.4.7 Computo dei prezzi di prodotti e servizi (C3)</b>  <b>Opzionale</b>                      Per una selezione di prodotti determino i costi di produzione e i costi effettivi sulla base dei dettagli forniti. Calcolo il prezzo di vendita tenendo conto dei margini e motivo i diversi risultati.</p>	



**1.1.5 Obiettivo operativo – Eseguire compiti di amministrazione del personale**

Gli impiegati di commercio riconoscono l'importanza e l'utilità di una gestione del personale efficiente. Eseguono con discrezione e correttezza i compiti a loro assegnati secondo le direttive. A tale scopo utilizzano in modo mirato documenti e strumenti adeguati.

**Competenze metodologiche** 2.1 Efficienza e sistematicità nel lavoro  
**Competenze sociali e personali** 3.4 Forme comportamentali

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.5.1 Svolgere compiti nell'ambito del reclutamento del personale (C3)</b>  <b>Opzionale</b>                      Mi occupo di una parte delle seguenti attività nell'ambito del reclutamento del personale secondo le direttive aziendali e le disposizioni legali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- trasmettere i bandi di concorso per pubblicazione</li> <li>- confermare il ricevimento di candidature</li> <li>- preparare i colloqui</li> <li>- redigere lettere di assunzione o di rifiuto della candidatura</li> <li>- redigere contratti di lavoro.</li> </ul>	
<p><b>1.1.5.2 Integrare nuovi collaboratori (C3)</b>  <b>Opzionale</b>                      Mi occupo di integrare i nuovi collaboratori nell'azienda svolgendo i seguenti compiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- preparare il primo giorno di lavoro</li> <li>- trasmettere e spiegare i documenti relativi al rapporto di lavoro e alle assicurazioni sociali</li> <li>- registrare le informazioni personali</li> <li>- spiegare l'infrastruttura aziendale.</li> </ul>	
<p><b>1.1.5.3 Gestire i dati dell'amministrazione del personale (C3)</b>  <b>Opzionale</b>                      Registro accuratamente gli orari di lavoro, le assenze e le informazioni personali. Mi occupo della gestione delle prestazioni sociali e dei complementi salariali.</p>	

<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b>
<p><b>1.1.5.4 Compiti nell'ambito dell'uscita del personale (C3)</b> <b>Opzionale</b> In caso di uscita di un collaboratore svolgo i seguenti compiti in conformità con le direttive aziendali:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- organizzare ed eseguire i lavori di uscita</li><li>- redigere certificati di lavoro secondo le indicazioni del superiore</li><li>- chiudere e archiviare i dossier personali</li></ul>	

**1.1.6 Obiettivo operativo – Eseguire procedure economico-finanziarie**

Gli impiegati di commercio riconoscono l'importanza di una corretta elaborazione delle informazioni finanziarie. Svolgono lavori in campo finanziario secondo le direttive e in modo coscienzioso.

**Competenze metodologiche**      2.1 Efficienza e sistematicità nel lavoro  
**Competenze sociali e personali**      3.1 Dedizione

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.6.1 Gestire le fatture in entrata e in uscita (C3)</b>  <b>Opzionale</b>                      Allestisco ed evado le fatture debitori. Mi occupo dei pagamenti in entrata e invio lettere di sollecito. Seguo le direttive aziendali e utilizzo gli strumenti di aiuto elettronici.</p>	
<p><b>1.1.6.2 Gestire la cassa (C4)</b>  <b>Opzionale</b>                      Gestisco la cassa in modo responsabile e preciso svolgendo i seguenti compiti:                      - aprire la cassa                      - gestire la cassa                      - controllare la cassa e adottare le misure necessarie in caso di discrepanze                      - chiudere la cassa                      - tenere il registro di cassa</p>	
<p><b>1.1.6.3 Partecipare alla chiusura dei conti (C3)</b>  <b>Opzionale</b>                      Per l'allestimento delle chiusure, di analisi o valutazioni preparo i dati chiave economico-aziendali secondo le direttive.</p>	

1.1.7 Obiettivo operativo – **Svolgere attività amministrative e organizzative**

Gli impiegati di commercio sono consapevoli della necessità di eseguire in modo preciso ed efficiente compiti amministrativi e organizzativi. Durante lo svolgimento di questi lavori assumono coscientemente compiti e funzioni utilizzando direttive e strumenti in modo corretto, efficiente e rispettoso dell'ambiente.

<b>Competenze metodologiche</b>	2.1 Efficienza e sistematicità nel lavoro		
<b>Competenze sociali e personali</b>	3.2 Capacità di comunicazione	3.3 Capacità di lavorare in gruppo	3.6 Coscienza ecologica

<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b>
<p><b>1.1.7.1 Corrispondenza (C5)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Redigo in modo autonomo e corretto i seguenti documenti secondo le direttive aziendali e le disposizioni legali e li trasmetto ai destinatari:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- e-mail</li> <li>- lettere, fax</li> <li>- rapporti e documenti</li> <li>- verbali e promemoria</li> </ul>	
<p><b>1.1.7.2 Gestire dati e documenti (C3)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Gestisco i dati e i documenti in modo sicuro e coerente. A tale fine utilizzo il sistema di protezione e di archiviazione dei dati aziendale secondo le direttive aziendali e le disposizioni legali.</p>	
<p><b>1.1.7.3 Organizzare riunioni ed eventi (C5)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Organizzo riunioni ed eventi e svolgo i seguenti compiti con competenza ed efficienza:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- programmare riunioni ed eventi</li> <li>- invitare i partecipanti</li> <li>- preparare l'infrastruttura e la documentazione</li> <li>- assistere i partecipanti</li> <li>- curare la valutazione e svolgere i lavori di chiusura</li> <li>- trasmettere la documentazione ai partecipanti</li> </ul>	

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.7.4 Gestire la posta-lettere e la posta-pacchi(C3)</b>  <b>Opzionale</b>                      Gestisco l'entrata e l'uscita della posta e svolgo in maniera affidabile i seguenti compiti nell'ambito della posta-lettere e della posta-pacchi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- presa in consegna</li> <li>- smistamento</li> <li>- distribuzione (aperta, non aperta)</li> <li>- imballaggio</li> <li>- invii per raccomandata, affrancatura</li> </ul>	
<p><b>1.1.7.5 Svolgere compiti nel quadro della comunicazione interna (C3)</b>  <b>Opzionale</b>                      Mi occupo della creazione, dell'aggiornamento e dell'elaborazione secondo le direttive aziendali di mezzi di comunicazione interna come:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- newsletter</li> <li>- albo</li> <li>- Intranet, giornale interno</li> </ul>	
<p><b>1.1.7.6 Utilizzare apparecchi tecnici (C3)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Mi destreggio nell'utilizzo e nella manutenzione semplice di apparecchi tecnici moderni come:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- telefono (impianto)</li> <li>- apparecchi multifunzione</li> <li>- strumenti audiovisivi</li> </ul>	

1.1.8 Obiettivo operativo – **Applicare le conoscenze del proprio ramo e della propria azienda**

Gli impiegati di commercio sono consapevoli che le conoscenze della propria azienda, della concorrenza e del ramo (settore economico) rappresentano le basi fondamentali per il proprio lavoro. Utilizzano queste conoscenze per far fronte in modo autonomo e competente alle procedure di lavoro, alla consulenza alla clientela nonché ai compiti amministrativi.

**Competenze metodologiche** 2.4 Presentazione efficace  
**Competenze sociali e personali** 3.5 Capacità di apprendimento

Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
<p><b>1.1.8.1 Applicare le conoscenze dei prodotti e dei servizi (C3)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Con l'ausilio di documenti o modelli rilevanti illustro le caratteristiche, le particolarità e i punti di forza dei prodotti e dei servizi del mio ambito di lavoro. Applico queste conoscenze in modo mirato nell'ambito della consulenza dei clienti e negli altri ambiti che suddivido in:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- funzioni e denominazioni</li> <li>- struttura e composizione</li> <li>- tipi di produzione</li> <li>- utilizzi / ambiti d'impiego</li> <li>- specificità e caratteristiche di qualità</li> <li>- prezzi e condizioni</li> </ul> <p>Applico le mie conoscenze nei seguenti ambiti: campagne pubblicitarie, stampa, media elettronici, pianificazione dei media, prodotti stampati e servizi di preparazione alla stampa e di elaborazione ulteriore.</p>	<p><b>1.1.8.1 Applicare le conoscenze dei prodotti e dei servizi (C3)</b>                      Con l'ausilio di esempi rilevanti spiego le caratteristiche, le specificità, i punti di forza dei prodotti e dei servizi del mio ramo. Applico queste conoscenze in modo mirato in riferimento a casi e procedure concreti che suddivido in:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- funzioni e denominazioni</li> <li>- struttura e composizione</li> <li>- tipi di produzione</li> <li>- utilizzi / ambiti d'impiego</li> <li>- specificità e caratteristiche di qualità</li> <li>- prezzi e condizioni</li> </ul>
<p><b>1.1.8.2 Spiegare i prodotti e i servizi della concorrenza (C2)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Con l'aiuto di esempi rilevanti metto a confronto le caratteristiche, le particolarità e i punti di forza dei prodotti e servizi dei principali concorrenti in funzione di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- funzioni e denominazioni</li> <li>- struttura e composizione</li> <li>- tipi di produzione</li> <li>- finalità</li> <li>- specificità e caratteristiche di qualità</li> <li>- prezzi e condizioni</li> </ul>	<p><b>1.1.8.2 Spiegare i prodotti e i servizi della concorrenza (C2)</b>                      Con l'aiuto di esempi rilevanti metto a confronto le caratteristiche, le particolarità e i punti di forza dei prodotti e servizi dei principali concorrenti in funzione di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- funzioni e denominazioni</li> <li>- struttura e composizione</li> <li>- tipi di produzione</li> <li>- finalità</li> <li>- specificità e caratteristiche di qualità</li> <li>- prezzi e condizioni</li> </ul>

<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b>
<p><b>1.1.8.3 Applicare le conoscenze dell'azienda (C2)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Descrivo i seguenti aspetti della mia azienda di tirocinio a una persona esterna:                      - filosofia, obiettivi dell'azienda                      - contesto storico                      - forma giuridica/rapporti di proprietà/forma organizzativa/forma di finanziamento                      - gestione della qualità e parametri applicati in questo ambito.                      Presento le caratteristiche rivolgendomi adeguatamente al destinatario e avvalendomi di strumenti rilevanti</p>	<p><b>1.1.8.3 Applicare le conoscenze dell'azienda (C2)</b>                      Descrivo i seguenti aspetti della mia azienda di tirocinio a una persona esterna:                      - filosofia, obiettivi dell'azienda                      - contesto storico                      - forma giuridica/rapporti di proprietà/forma organizzativa/forma di finanziamento                      - gestione della qualità e parametri applicati in questo ambito.                      Presento le caratteristiche rivolgendomi adeguatamente al destinatario e avvalendomi di strumenti rilevanti</p>
<p><b>1.1.8.4 Applicare le conoscenze dell'azienda (C2)</b>  <b>Obbligatorio</b>                      Con l'aiuto di documenti e strumenti di aiuto descrivo le principali caratteristiche, i principali processi e le più importanti evoluzioni del ramo in cui è attiva la mia azienda di tirocinio.                       Suddivido tali aspetti nel modo seguente:                      - dimensioni dell'azienda e strutture                      - dati chiave aziendali e finanziari rilevanti                      - composizione del personale                      - mercati d'approvvigionamento e di vendita                      - situazione sotto il profilo della concorrenza                      - condizioni quadro giuridiche                      - partner sociali                      - organizzazioni di settore (associazioni, affiliazioni, istituzioni)                      - rilevanza economica/regionale/sociale                      - evoluzione/tendenze</p>	<p><b>1.1.8.4 Applicare le conoscenze dell'azienda (C2)</b>                      Con l'aiuto di documenti e strumenti di aiuto descrivo le principali caratteristiche ed evoluzioni del ramo in cui è attiva la mia azienda di tirocinio.                       Suddivido tali aspetti nel modo seguente:                      - dimensioni dell'azienda e strutture                      - dati chiave aziendali e finanziari rilevanti                      - composizione del personale                      - mercati d'approvvigionamento e di vendita                      - situazione sotto il profilo della concorrenza                      - condizioni quadro giuridiche                      - partner sociali                      - organizzazioni del ramo (associazioni, affiliazioni, istituzioni)                      - rilevanza economica/regionale/sociale                      - evoluzione/tendenze</p>

**Il presente elenco di obiettivi di valutazione del ramo di formazione e d'esame *Marketing & Comunicazione* entra in vigore il 1° gennaio 2012.**

---

Berna, 23 settembre 2011

Conferenza svizzera dei rami di formazione e degli esami commerciali (CSRFC)

Christine Davatz  
Presidentessa

Roland Hohl  
Segretario esecutivo

Il presente elenco di obiettivi di valutazione è approvato dall'Ufficio federale della formazione professionale e della tecnologia giusta l'articolo 12 capoverso 1 dell'ordinanza sulla formazione professionale di base per impiegata / impiegato di commercio AFC del 26 settembre 2011.

Berna, 26 settembre 2011

UFFICIO FEDERALE DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE E DELLA TECNOLOGIA (UFFT)  
La Direttrice

Prof. Dott. Ursula Renold