**Sezione 3 - Allestimento di vetrine e display**

Durata: 200 ore

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 benchmarketing 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.