

Concetto nazionale di attuazione Piano di formazione nelle scuole professionali compreso il curriculum linguistico per le lingue straniere

Assistenti del commercio al dettaglio CFP 1° anno di tirocinio

Organo responsabile: Formazione nel commercio al dettaglio in Svizzera

Il concetto di attuazione è stato discusso e approvato dal Comitato di coordinamento nazionale (CCN) per l'attuazione delle riforme nel commercio al dettaglio e nella formazione commerciale di base. Esso si applica dunque a tutte le scuole professionali per attuare la nuova formazione di base. Se necessario, l'organo responsabile procede ad avviare le revisioni con la responsabilità dei partner della formazione.

Versione: 2.0 novembre 20241-2

<u>Documento redatto da</u>	<u>Ectaveo AG</u>	<u>Revisionato da</u>	<u>Ectaveo AG</u>
	<u>Chapuis Anouk</u>		<u>Estermann Marco</u>
	<u>Eglin Marco</u>		<u>Henzmann Christoph</u>
	<u>Eicher Reto</u>		<u>Meier Philipp</u>
	<u>Hofstetter Karin</u>		<u>Pfrunder Michèle</u>
	<u>Kurtz Thilo</u>		<u>Rampoldi Davide</u>
	<u>MattesErich</u>		<u>Rey Régis</u>
	<u>Meier Anneliese</u>		<u>Rosenberger Lin-Niko-</u>
	<u>Murpf Benjamin</u>		<u>lai</u>
	<u>Rampoldi Davide</u>		<u>Stauffacher Ursula</u>
	<u>Rey Régis</u>		
	<u>Stauffacher Ursula</u>		
	<u>Stavrinos Claudia</u>		

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

Stefanovic Goran

Walther Margrith

Documento redatto da: ~~Ectaveo AG~~
~~Chapuis Anouk~~
~~Eglin Marco~~
~~Eicher Reto~~
~~Hofstetter Karin~~
~~Kurtz Thilo~~
~~Mattes Erich~~
~~Meier Anneliese~~
~~Murpf Benjamin~~
~~Rampoldi Davide~~
~~Rey Régis~~
~~Stauffacher Ursula~~
~~Stavrinos Claudia~~
~~Stefanovic Goran~~
~~Walther Margrith~~

Indice

1	Condizioni quadro derivanti dai documenti di base	1
1.1	Tabella della collaborazione tra i luoghi di formazione CFP	1
1.2	Panoramica del 1° anno di tirocinio	3
2	Campo di competenze operative A «Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti»	7
2.1	Panoramica delle competenze operative	7
2.2	Panoramica di tutti i campi di apprendimento	8
2.3	Campo di apprendimento 1: Creare il contatto con i clienti e l'esperienza d'acquisto	8
2.4	Campo di apprendimento 2: Creare la comunicazione verbale e non verbale	1110
2.5	Campo di apprendimento 3: Condurre e concludere colloqui di vendita	1513
2.6	Campo di apprendimento 4: Operare in modo sicuro in situazioni di vendita complesse	2015
2.7	Trasmissione integrata della lingua nazionale nel campo di apprendimento 5: Comunicare nella lingua nazionale regionale	2216
2.8	Trasmissione integrata della lingua straniera nel campo di apprendimento 6: Comunicare in una lingua straniera	2418
2.9	Esami nell'ambito della nota scolastica	2620
3	Campo di competenze operative B «Gestione e presentazione di prodotti e servizi»	2721
3.1	Panoramica delle competenze operative	2721
3.2	Panoramica di tutti i campi di apprendimento	2822
3.3	Campo di apprendimento 1: Spiegare le procedure di gestione della merce e le procedure aziendali, compresa la protezione del lavoro e della salute	2822
3.4	Campo di apprendimento 2: Posizionare in modo sicuro ed efficace prodotti e servizi	3024
3.5	Esami nell'ambito della nota scolastica	3226
4	Campo di competenze operative C «Acquisizione, introduzione e ulteriore sviluppo di conoscenze su prodotti e servizi»	3327
4.1	Panoramica delle competenze operative	3327
4.2	Panoramica di tutti i campi di apprendimento	3327
4.3	Campo di apprendimento 1: Svolgere ricerche su prodotti e servizi	3327
4.4	Campo di apprendimento 2: Considerare gli aspetti ecologici	3529
4.5	Esami nell'ambito della nota scolastica	3731

5	Campo di competenze operative D «Interazione nell'azienda e nel ramo»	3832
5.1	Panoramica delle competenze operative	3832
5.2	Panoramica di tutti i campi di apprendimento	3933
5.3	Campo di apprendimento 1: Muoversi con competenza nell'ambito professionale	3933
5.4	Esami nell'ambito della nota scolastica	4337
6	Ausili di pianificazione	4438
7	Allegato 1	4539

1 Condizioni quadro derivanti dai documenti di base

1.1 Tabella della collaborazione tra i luoghi di formazione CFP

	1° anno di tirocinio			2° anno di tirocinio		
	Azienda	SP	CI	Azienda	SP	CI
A: Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti						
a1: Creare il primo contatto con il cliente del commercio al dettaglio						
a2: Analizzare il bisogno del cliente del commercio al dettaglio e presentare soluzioni						
a3: Concludere colloqui di vendita e rielaborarli						
a4: Gestire le richieste dei clienti del commercio al dettaglio attraverso diversi canali						
B: Gestione e presentazione di prodotti e servizi						
b1: Secondo istruzioni, attuare compiti nel processo di gestione della merce						
b2: Secondo istruzioni, presentare prodotti e servizi del commercio al dettaglio in funzione dei clienti						
b3: Secondo istruzioni, utilizzare informazioni e dati dei clienti operativamente rilevanti						
C: Acquisizione, introduzione e ulteriore sviluppo di conoscenze su prodotti e servizi						
c1: Informarsi su prodotti e servizi del proprio ramo						
c2: Trattare e mettere a disposizione prodotti e servizi del proprio ramo in funzione dei clienti						
c3: Riconoscere gli sviluppi attuali nel proprio ramo e integrarli secondo istruzioni nell'attività quotidiana						

	1° anno di tirocinio			2° anno di tirocinio		
	Azienda	SP	CI	Azienda	SP	CI
D: Interazione nell'azienda e nel ramo						
d1: Garantire il flusso di informazioni nel commercio al dettaglio attraverso tutti i canali						
d2: Impostare la collaborazione con diversi team del commercio al dettaglio						
d3: Riconoscere gli sviluppi aziendali nel commercio al dettaglio e assumere nuovi compiti secondo istruzioni						
d4: Organizzare il proprio lavoro nel commercio al dettaglio secondo istruzioni						

Legenda



Azienda (sviluppo di conoscenze operazionali e routine)



SP (sviluppo di conoscenze di base e abilità)



CI (specializzazione in prodotti e servizi; *secondo il programma quadro CI specifico del ramo 1° & 2° AT)

1.2 Panoramica del 1° anno di tirocinio

CCO A	Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti	120 lezioni
CO	Obiettivi di valutazione della scuola professionale per il CCO A	
a.1	Creare il primo contatto con il cliente del commercio al dettaglio	
a1.sp1a	Applicano i principali aspetti del primo contatto con il cliente. (C3)	
a1.sp1b	Utilizzano in modo mirato la comunicazione non verbale. (C3)	
a1.sp1c	Nel contatto con i clienti operano conformemente alle differenze culturali. (C3)	
a1.sp2a	Applicano in funzione dei destinatari le forme e le tecniche di comunicazione più frequenti. (C3)	
a1.sp2b	Utilizzano in funzione della situazione i consueti canali di comunicazione. (C3)	
a1.sp4a	Reagiscono ai segnali della comunicazione verbale e non verbale di un interlocutore. (C4)	
a1.sp5a	Comunicano con sicurezza oralmente e per iscritto nella lingua nazionale regionale. (C3)	
a1.sp5b	Comunicano oralmente e per iscritto in una lingua straniera (livello A2 QCER). (C3)	
a.2	Analizzare il bisogno del cliente del commercio al dettaglio e presentare soluzioni	
a2.sp1a	Costruiscono un'atmosfera di fiducia nei confronti dei clienti. (C3)	
a2.sp2a	Nell'analisi dei bisogni utilizzano i termini professionali, le tecniche di porre le domande e le tecniche di colloquio di uso corrente. (C3)	
a2.sp3a	Giustificano differenze e cambiamenti di prezzo nei confronti dei clienti. (C3)	
a2.sp3b	Applicano in funzione dei destinatari la metodologia dello storytelling. (C3)	

Formatierte Tabelle

a2.sp5a	Identificano i principali aspetti di una positiva esperienza di acquisto. (C3)
a.3	Concludere colloqui di vendita e rielaborarli
a3.sp1a	Riconoscono il momento giusto per concludere un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp1b	Verificano la presenza dei principali elementi contrattuali. (C3)
a3.sp2ba3.sp1e	Presentano gli attuali programmi di fidelizzazione della clientela con forme di comunicazione adeguate. (C3) Applicano la metodologia relativa alla conclusione e al seguito di un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp7aa3.sp6a	Analizzano il loro comportamento nei colloqui di vendita e consulenza e ricavatene possibili sviluppi. (C4) Identificano i principali elementi di un'esperienza positiva finale per il cliente. (C3)
a3.sp9a	Illustrano le abituali misure preventive contro i furti. (C2)
a3.sp10a	In un caso sospetto reagiscono e comunicano con sicurezza. (C3)

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

CCO B	Gestione e presentazione di prodotti e servizi	60 lezioni
CO	Obiettivi di valutazione della scuola professionale per il CCO B	
b.1	Secondo istruzioni, attuare compiti nel processo di gestione della merce	
b1.sp1a	Illustrano le fasi di lavoro relative all'accettazione della merce. (C2)	
b1.sp2a	Spiegano le fasi di lavoro relative alla contrassegnazione della merce. (C2)	
b1.sp6a	Spiegano le fasi di lavoro relative alle uscite di merce. (C2)	
b1.sp8a	Illustrano i processi di lavoro tipici di un'azienda. (C2)	

b1.sp10a Applicano le misure di sicurezza sul lavoro e di protezione della salute che si devono rispettare nei processi di lavoro. (C3)

b.2 Secondo istruzioni, presentare prodotti e servizi del commercio al dettaglio in funzione dei clienti

b2.sp1a Spiegano le principali basi del posizionamento di prodotti e servizi. (C2)

b2.sp2a Applicano misure di promozione delle vendite. (C3)

b2.sp3a Citano le basi giuridiche per contrassegnare prodotti, servizi e prezzi. (C1)

b2.sp4a Illustrano con quali media e quali mezzi ausiliari tecnici è possibile creare un'esperienza emozionale per i clienti. (C2)

CCO C Acquisizione, introduzione e ulteriore sviluppo di conoscenze su prodotti e servizi 40 lezioni

CO Obiettivi di valutazione della scuola professionale per il CCO C

c.1 Informarsi su prodotti e servizi del proprio ramo

c1.sp1a Con l'aiuto delle fonti usuali svolgono ricerche su prodotti e servizi. (C3)

c1.sp2a Valutano la qualità dei risultati delle loro ricerche. (C4)

c1.sp3a Sulla base dei risultati della loro ricerca argomentano in modo convincente. (C3)

c1.sp5a Descrivono le conseguenze ecologiche come per esempio il consumo energetico, l'inquinamento delle risorse, dell'ambiente e del clima provocate dalla produzione, dall'immagazzinamento e dal trasporto dei loro prodotti. (C2)

c1.sp5b Spiegano in che modo le categorie di diversi prodotti devono essere smaltite o riciclate. (C2)

CCO D	Interazione nell'azienda e nel ramo	60 lezioni
CO	Obiettivi di valutazione della scuola professionale per il CCO D	
d.1	Garantire il flusso di informazioni nel commercio al dettaglio attraverso tutti i canali	
d1.sp2a	Per le più frequenti situazioni d'emergenza attuano le misure predefinite. (C3)	
d.2	Impostare la collaborazione con diversi team del commercio al dettaglio	
d2.sp1a	Con l'aiuto di organigrammi illustrano le funzioni/i posti di lavoro importanti per la loro attività. (C2)	
d2.sp2a	Impiegano gli strumenti informatici di uso corrente per la collaborazione digitale. (C3)	
d2.sp4a	Portano con profitto le proprie competenze nei diversi team. (C3)	
d2.sp5a	Nelle diverse situazioni frenetiche applicano tecniche di comunicazione distensive come per esempio ascolto attivo, autorivelazione oppure cambio di prospettiva. (C3)	
d.3	Riconoscere gli sviluppi aziendali nel commercio al dettaglio e assumere nuovi compiti secondo istruzioni	
d3.sp1a	Illustrano i comportamenti abituali adottati per gestire i cambiamenti in un'azienda. (C2)	
d3.sp4c	Utilizzano diverse tecniche di apprendimento per la loro formazione e formazione continua. (C3)	
d.4	Organizzare il proprio lavoro nel commercio al dettaglio secondo istruzioni	
d4.sp1a	Pianificano scadenze. (C3)	
d4.sp2a	Fissano priorità per i compiti da svolgere. (C3)	

2 Campo di competenze operative A «Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti»

2.1 Panoramica delle competenze operative

Competenza operativa	Situazione lavorativa (secondo il profilo delle attività)
----------------------	---

a.1	Creare il primo contatto con il cliente del commercio al dettaglio
------------	---

Gli assistenti del commercio al dettaglio si avvicinano al cliente attraverso il canale da lui scelto, lo salutano e accolgono le sue richieste. Si presentano secondo le direttive aziendali, provvedono a creare un'atmosfera di vendita positiva e instaurano un rapporto con il/la cliente.

Informano i clienti in caso di tempi d'attesa, servizi multipli o situazioni particolari. Fissano le giuste priorità e, se necessario, si procurano il supporto dei propri colleghi. Percepiscono consapevolmente i segnali non verbali traendo le giuste conclusioni per il proprio comportamento.

Anche gli ulteriori contatti col cliente li creano a seconda della situazione e a dipendenza del canale e del cliente, utilizzando sempre un linguaggio comprensibile per il cliente stesso. Dispongono di un vocabolario differenziato (anche termini tecnici) e sono in grado di esprimersi oralmente e per iscritto in modo corretto nella lingua nazionale regionale. Se il cliente si esprime in una lingua che gli assistenti del commercio al dettaglio non comprendono, agiscono in modo orientato al servizio e appropriato alla situazione. Comunicano con diversi gruppi di clienti (es. di altre culture, altri gruppi di età o religione) in modo professionale e si attengono alle consuete regole comportamentali.

a.2	Analizzare il bisogno del cliente del commercio al dettaglio e presentare soluzioni
------------	--

Gli assistenti del commercio al dettaglio si avvicinano al cliente creando un'atmosfera di fiducia. Si informano sui bisogni del cliente nella lingua nazionale regionale o in una lingua straniera. Riconoscono le sue aspettative e le particolarità della rispettiva situazione di vendita. Organizzano attivamente il colloquio con il cliente.

Dopo aver chiarito il bisogno assieme al cliente, gli assistenti del commercio al dettaglio presentano diverse proposte di soluzione che difendono con convinzione argomentando sempre in termini di beneficio per il cliente. Riconoscono il momento per valorizzare la vendita, per trasmettere al cliente un'esperienza d'acquisto unica e per promuovere ulteriormente la fidelizzazione del cliente. Coinvolgono attivamente il cliente utilizzando diversi canali e tecnologie.

Gli assistenti del commercio al dettaglio forniscono al cliente convincenti raccomandazioni d'acquisto con il supporto dei mezzi di comunicazione appropriati. Cercano costantemente di trasmettere al cliente il proprio entusiasmo e le proprie emozioni per il prodotto o il servizio creando un entusiasmo nel cliente. Nella presentazione della soluzione considerano il grado d'informazioni del cliente e gestiscono con professionalità le proprie lacune informative. Affrontano le obiezioni del cliente mostrando i vantaggi che la soluzione comporta per lui. Gli assistenti del commercio al dettaglio mostrano i vantaggi della propria soluzione rispetto a quella dei concorrenti e usano gli aspetti ecologici come argomento di vendita. Sono in grado di consigliare il cliente in materia di informazioni sul prodotto, sui servizi e sulla fabbricazione relativi alla sostenibilità. Presentano queste informazioni in storie che entusiasmano il cliente. A questo scopo attuano professionalmente lo stile di comunicazione della propria azienda comunicando in modo orientato al cliente attraverso tutti i canali a disposizione.

In caso di necessità informano il cliente sulle peculiarità del prodotto (supporto per l'utilizzo, cura, dettagli tecnici, FAQ).

Gli assistenti del commercio al dettaglio si comportano in modo attivo e incoraggiano il cliente a toccare il prodotto, a scoprirlo e a «sentirlo». Propongono in modo mirato e motivato azioni, prestazioni e servizi di cura appropriati al bisogno del cliente (vendite complementari, vendite supplementari e vendite incrociate). Durante tutta la presentazione della soluzione anticipano le domande del cliente, senza però mai entrare in conflitto con lui. Concludono la presentazione della soluzione con un riassunto orientato al cliente e argomentano in termini di beneficio per il cliente.

a.3	Concludere colloqui di vendita e rielaborarli
------------	--

Gli assistenti del commercio al dettaglio riconoscono il momento giusto per concludere la vendita e passare al pagamento. Se necessario, informano il cliente su possibili metodi di pagamento efficienti. Sono in grado di gestire diversi sistemi di pagamento e di elaborare buoni e vantaggi per il cliente dai programmi di fidelizzazione della clientela. Se necessario, eliminano semplici inconvenienti tecnici oppure propongono una soluzione orientata al cliente e in caso di inconvenienti tecnici più gravi coinvolgono

la persona responsabile. Se necessario, informano il cliente sulle peculiarità del prodotto (supporto per l'utilizzo, cura, dettagli tecnici FAQ).

Gli assistenti del commercio al dettaglio invitano attivamente il cliente a dare, in occasione della prossima visita, un feedback sulle esperienze fatte con il prodotto o il servizio, lo ringraziano e concludono il colloquio in un'atmosfera positiva. Offrono il proprio aiuto al cliente se deve trasportare oggetti pesanti.

Gli assistenti del commercio al dettaglio analizzano le reazioni positive e negative dei clienti e i feedback sulla consulenza formulati dal proprio superiore responsabile e ricavano possibili idee per migliorare i futuri colloqui di vendita e consulenza.

In caso di furti, agiscono secondo le direttive aziendali e d'intesa con il proprio superiore responsabile.

2.2 Panoramica di tutti i campi di apprendimento

Campi di apprendimento	Riferimento alle CO	Numero di lezioni
CA 1: Creare il contatto con i clienti e l'esperienza d'acquisto	a.1/a.2	30
CA 2: Creare la comunicazione verbale e non verbale	a.1/a.2	10
CA 3: <u>Identificare le esigenze dei clienti e instaurare relazioni con loro</u> Condurre e concludere colloqui di vendita	a.2/a.3	30
CA 4: Operare in modo sicuro in situazioni di vendita complesse	a.3	10
TILN 5: Comunicare nella lingua nazionale regionale	a.1	20
TILS 6: Comunicare in una lingua straniera	a.1	20

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

2.3 Campo di apprendimento 1: Creare il contatto con i clienti e l'esperienza d'acquisto

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **30** lezioni.

*Osservazione per la competenza linguistica nella lingua straniera: le competenze contrassegnate con * sono trasmesse anche nella lingua straniera.*

2.3.1 Attività tipica

Bruno inizia la propria formazione presso il negozio di articoli sportivi Sport Fixx. È molto motivato essendo un appassionato giocatore di calcio. Il mattino alle ore 08.30 accoglie e saluta la signora Schori, una cliente dinamica e sportiva che intende acquistare delle scarpe da corsa. Bruno le mostra diversi modelli appena arrivati e le spiega che sta inossando proprio uno di questi modelli e per nessuna ragione vorrebbe separarsene.

La sera stessa, Bruno si accorge che la signora Schori ha scritto su Google una valutazione del negozio Sport Fixx in cui descrive il giovane in formazione come persona molto simpatica e cortese. Bruno apprezza la valutazione positiva espressa dalla signora Schori. Naturalmente anche la formatrice professionale di Bruno, signora Abazi, è entusiasta e vorrebbe che Bruno condividesse il suo piccolo «segreto» con le altre persone in formazione.

2.3.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
a1.sp1a	Applicano i principali aspetti del primo contatto con il cliente. (C3) *
a1.sp1c	Nel contatto con i clienti operano conformemente alle differenze culturali. (C3)
a2.sp1a	Costruiscono un'atmosfera di fiducia nei confronti dei clienti. (C3)
a2.sp2a	Nell'analisi dei bisogni utilizzano i termini professionali, le tecniche di porre le domande e le tecniche di colloquio di uso corrente. (C3) *
a2.sp5a	Identificano i principali aspetti di una positiva esperienza di acquisto. (C3)

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

<i>Descrivono le regole che influenzano l'aspetto e, di conseguenza, la prima impressione. (a1.sp1a)</i>
<i>Spiegano l'importanza della comunicazione non verbale sull'esperienza d'acquisto della clientela. (a1.sp1a)</i>
<i>Spiegano l'influenza che l'identità aziendale (corporate identity) esercita sul primo contatto con il cliente. (a2.sp1a)</i>
<i>Descrivono il quadro generale del bisogno: il desiderio d'acquisto, i motivi dell'acquisto e il prodotto giusto da offrire. (a2.sp5a)(a2.sp2a)</i>
<i><u>Distinguono i concetti di esigenza e necessità. (a2.sp5a)</u></i>
<i><u>Descrivono la differenza tra desiderio di acquisto e motivo di acquisto. (a2.sp5a)</u></i>
<i><u>Illustrano le motivazioni di vendita emotive e razionali. (a2.sp5a)</u></i>
<i><u>Descrivono le principali forme di domande determinanti per l'analisi delle necessità del cliente. (a2.sp5a)</u></i>
<i>Descrivono le differenze culturali nel contatto con i clienti. (a1.sp1c)</i>
<i>Descrivono diverse misure che offrono una positiva esperienza d'acquisto per la clientela. (a2.sp5a)</i>
<i><u>Illustrano le tre fasi del colloquio di vendita in quanto base di un'esperienza di acquisto positiva. (a2.sp5a)</u></i>

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

a1.sp1c	Nel contatto con i clienti operano conformemente alle differenze culturali. (C3)
a2.sp1a	Costruiscono un'atmosfera di fiducia nei confronti dei clienti. (C3)
	<i>Impiegano l'empatia in modo orientato all'obiettivo e preparano un'indimenticabile esperienza d'acquisto per la clientela.</i>
	<i>Impiegano in modo mirato l'analisi del fabbisogno. (a2.sp5a)(a2.sp2a)</i>
	<i>Determinano il desiderio d'acquisto, il motivo dell'acquisto nonché il prodotto giusto per definire il quadro generale del bisogno. (a2.sp5a)(a2.sp2a)</i>
a2.sp5a	Identificano i principali aspetti di una positiva esperienza d'acquisto. (C3)

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

a1.sp1a	Applicano i principali aspetti del primo contatto con il cliente. (C3) *
	<i>Distinguono lo svolgimento del saluto nelle diverse forme di vendita risp. di servizio.</i>
	<i>Salutano in modo competente diversi tipi di clienti anche nella lingua straniera a seconda del momento della giornata. (a1.sp1a)</i>
	<i><u>Si rivolgono ai clienti al livello linguistico corretto.</u></i>
	<i><u>Utilizzano i pronomi appropriati ai clienti anche nella lingua straniera.</u></i>
	<i>Applicano il vocabolario della lingua straniera per il primo contatto con il cliente. (a1.sp1a)</i>
a2.sp5a a2.sp2a	<i>Identificano i principali aspetti di una positiva esperienza di acquisto. (C3) Nell'analisi dei bisogni utilizzano i termini professionali, le tecniche di porre le domande e le tecniche di colloquio di uso corrente. (C3) *</i>
	<i><u>Pongono varie domande anche nella lingua straniera per determinare le esigenze del cliente. Applicano correttamente il vocabolario della lingua straniera per l'analisi dei bisogni.</u></i>
	<i><u>Menzionano articoli della propria azienda di formazione anche nella lingua straniera.</u></i>
	<i><u>Danno un nome alle emozioni anche nella lingua straniera.</u></i>
	<i><u>Consigliano un prodotto adatto anche nella lingua straniera.</u></i>
	<i><u>Salutano i clienti in modo adeguato alla situazione.</u></i>

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

2.3.3 Mezzi di apprendimento

L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«a1: Creare il primo contatto con il cliente al ~~dettaglio~~»dettaglio»

«a2: Analizzare il bisogno del cliente commercio al dettaglio e presentare ~~soluzioni~~»soluzioni»

Modulo di conoscenze

«Creare il contatto con i clienti e l'esperienza di acquisto»

2.4 Campo di apprendimento 2: Creare la comunicazione verbale e non verbale

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **10** lezioni.

*Osservazione per la competenza linguistica nella lingua straniera: le competenze contrassegnate con * sono trasmesse anche nella lingua straniera.*



2.4.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Marco Meier sta vendendo una fotocamera digitale complessa a una cliente. Marco è consapevole di una buona comunicazione e vorrebbe ottenere una situazione di vendita professionale. La cliente non ha nessuna dimestichezza con gli aspetti tecnici e alle spiegazioni del venditore risponde sempre annuendo. Marco parla di dettagli tecnici complessi, ma la cliente non comprende nulla di quanto dice il venditore. Per questo motivo Marco cerca di spiegarsi utilizzando altri termini.

Attività tipica 2

Reto si occupa della vendita di vini nel negozio «Vinomer». Alla signora Koller consiglia un produttore di vini a lei ancora sconosciuto e che produce esclusivamente vini rossi. Le spiega che dietro al vino rosso c'è spesso una storia particolare. Infatti Infatti, il bisnonno del produttore di vini ha sempre raccontato ai suoi figli e nipoti che nella buccia ~~dell'~~ uvedell'uva rossa è presente una sostanza che rende intelligenti. Questa storia è stata raccontata e tramandata attraverso tutte le generazioni.

2.4.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento

a1.sp1b	Utilizzano in modo mirato la comunicazione non verbale. (C3)
a1.sp2a	Applicano in funzione dei destinatari le forme e le tecniche di comunicazione più frequenti. (C3) *
a1.sp2b	Utilizzano in funzione della situazione i consueti canali di comunicazione. (C3)
a1.sp4a	Reagiscono ai segnali della comunicazione verbale e non verbale di un interlocutore. (C4)
a2.sp3b	Applicano in funzione dei destinatari la metodologia dello storytelling. (C3) *

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

Spiegano la comunicazione verbale e non verbale. (a1.sp1b)

Menzionano le singole forme e tecniche di comunicazione. (a1.sp2a)

Spiegano la struttura dello storytelling includendo la propria competenza professionale. (a2.sp3b).

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

a1.sp2b	Utilizzano in funzione della situazione i consueti canali di comunicazione. (C3)
a1.sp4a	Reagiscono ai segnali della comunicazione verbale e non verbale di un interlocutore. (C4)
<i>Analizzano la comunicazione del proprio interlocutore.</i>	

hat formatiert: Italienisch (Italien)

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

a1.sp2a	Applicano in funzione dei destinatari le forme e le tecniche di comunicazione più frequenti. (C3) *
	<u>Rispondono in modo appropriato alle domande.</u>
a1.sp1b	Utilizzano in modo mirato la comunicazione non verbale. (C3)
	<i>Nel colloquio di vendita applicano in modo appropriato alla situazione e al cliente la comunicazione verbale e non verbale.</i>
a2.sp3b	Applicano in funzione dei destinatari la metodologia dello storytelling. (C3) *
	<i>Per lo storytelling elaborano il vocabolario e le formulazioni su un tema prestabilito.</i>
	<i>Includono lo storytelling nel proprio colloquio di vendita in modo appropriato alla situazione e al cliente.</i>
	<u>Formano frasi principali semplici relative alle situazioni.</u>
	<u>Collegano frasi principali e subordinate con la congiunzione appropriata.</u>
	<u>Raccontano avvenimenti al presente e con almeno un tempo verbale passato.</u>

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

2.4.3 Mezzi di apprendimento

L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«a1: Creare il primo contatto con il cliente al dettaglio»

«a2: Analizzare il bisogno del cliente commercio al dettaglio e presentare soluzioni»

Modulo di conoscenze

«Creare la comunicazione verbale e non verbale»

2.5 Campo di apprendimento 3: Identificare le esigenze dei clienti e instaurare relazioni con loro ~~Condurre e concludere colloqui di vendita~~

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **30** lezioni.

Indicazione per la competenza linguistica nella lingua straniera: le competenze contrassegnate con * sono trattate anche nella lingua straniera.

~~Osservazione per la competenza linguistica nella lingua straniera: le competenze contrassegnate con * sono trasmesse anche nella lingua straniera.~~

2.5.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Giovanni sta servendo il signor Kabashi, un informatico che non parla italiano, si trova da poco in Svizzera e lavora per la ditta Infortac Solutions Inc. attiva a livello internazionale. Per il suo debutto presso il nuovo datore di lavoro, il signor Kabashi intende organizzare un brunch. Il cliente è molto insicuro, non sa che cosa e quanto ci si aspetta da un brunch in Svizzera. Non sa nemmeno se è opportuno offrire qualcosa di speciale proveniente dal suo paese d'origine. Giovanni determina il quadro generale del bisogno e applica in modo mirato la sua competenza professionale (argomentazione).

Il signor Walter Küenzli, pensionato, si rivolge all'impiegata del commercio al dettaglio Aurora Di Napoli chiedendo il motivo per cui il prezzo delle scarpe da trekking è aumentato di CHF 15.– dalla sua ultima visita nel negozio.

Attività tipica 2

La sera Giovanni pensa di nuovo al signor Kabashi. Si chiede se tutti i clienti siano stati soddisfatti della consulenza ricevuta e analizza i punti a cui vorrebbe prestare attenzione in occasione dei prossimi colloqui. Avrebbe dovuto chiarire ulteriori punti a proposito delle prestazioni supplementari dell'azienda «Gut + Lecker AG»? Infine Giovanni allestisce una lista di controllo relativa allo svolgimento corretto di un colloquio di vendita. Il signor Küenzli decide spontaneamente di acquistare le scarpe da trekking modello Hard Trek, ma non ha con sé sufficiente denaro contante. Tuttavia, da poco tempo sul proprio cellulare dispone di un'app per i pagamenti che tuttavia non ha mai utilizzato. Chiede dunque ad Aurora, persona in formazione al primo anno di tirocinio, di spiegargli come funziona l'app. Dopo il riuscito pagamento, il signor Küenzli chiede una ricevuta.

Attività tipica 3

Irina, persona in formazione e impiegata nel negozio di abbigliamento «FashionNow», ha appena avuto un colloquio di vendita con esito positivo con la cliente signora Gabbani. Irina accompagna la signora Gabbani alla cassa e le chiede se intende creare una carta fedeltà. La signora Gabbani chiede informazioni su vantaggi e condizioni di tale carta e Irina le spiega che deve registrare l'indirizzo e il numero di telefono. In seguito, la cliente riceverebbe una carta

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

fedeltà e potrebbe beneficiare di azioni speciali e di un ribasso del 10 per cento in occasione del prossimo acquisto. La signora Gabbani si sente insicura siccome è già sommersa da telefonate pubblicitarie e pubblicità cartacea e non vorrebbe avere un'ulteriore carta nel portafoglio. Di solito lei fa degli acquisti spontanei e spesso non ha con sé la giusta carta fedeltà. Irina cerca di convincerla della carta fedeltà utilizzando dei buoni argomenti. Clara lavora nel negozio outdoor «AdventureLand» come persona in formazione del primo anno di tirocinio. Sta consigliando la giovane coppia Paolo e Ajsa. Fra poco iniziano le vacanze estive, Clara è un po' stressata dato che ci sono altri clienti in attesa di una consulenza. Clara ha già presentato a Paolo e Ajsa alcuni zaini adatti alle loro esigenze, Clara agisce tatticamente per far comprare a Paolo e Ajsa gli zaini giusti e poter così concludere il colloquio di vendita.

2.5.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento

a2.sp2aa2.sp3a	Usano i termini tecnici e applicate le tecniche di formulazione delle domande e di comunicazione tipici dell'analisi delle esigenze. (C3) *Giustificano differenze e cambiamenti di prezzo nei confronti dei clienti. (C3) *
a3.sp2ba3.sp1a	Presentano gli attuali programmi di fidelizzazione della clientela con forme di comunicazione adeguate. (C3) *Riconoscono il momento giusto per concludere un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp7aa3.sp1b	Analizzano il loro comportamento nei colloqui di vendita e consulenza e ricavatene possibili sviluppi. (C4) Verificano la presenza dei principali elementi contrattuali. (C3)
a2.sp2aa3.sp1e	Usano i termini tecnici e applicate le tecniche di formulazione delle domande e di comunicazione tipici dell'analisi delle esigenze. (C3) *Applicano la metodologia relativa alla conclusione e al seguito di un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp6a	Identificano i principali elementi di un'esperienza positiva finale per il cliente. (C3)

Osservazione/Indicazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

▲	Descrivono i diversi tipi di richieste dei clienti. (a2.sp2a) Spiegano le tre fasi del colloquio di vendita. (a3.sp1a)
▲	Distinguono le competenze professionali per presentare ai clienti il prodotto adatto. (a2.sp2a) Citano le basi legali relative a un contratto di compravendita. (a3.sp1b)
	Illustrano le dieci forme di domande determinanti per un colloquio di vendita con esito positivo. (a2.sp2a) Definiscono la procedura efficace per concludere la vendita. (a3.sp1b)
	Descrivono la tecnica dell'argomentazione dei vantaggi (atteggiamento orientato al cliente). (a2.sp2a) Compilano una lista di controllo relativa allo svolgimento della conclusione di un colloquio di vendita. (a3.sp1b)
	Descrivono i programmi interni di fidelizzazione della clientela in modo adeguato al cliente. (a3.sp2b) Descrivono le principali forme di domanda determinanti per un colloquio di vendita. (a3.sp1b)
	Citano i tre gruppi di obiezioni. (a3.sp1b)

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

Formatierte Tabelle

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

Descrivono la procedura efficace per concludere la vendita. (a3.sp1e)

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

a2.sp2aa2.sp3a	Usano i termini tecnici e applicate le tecniche di formulazione delle domande e di comunicazione tipici dell'analisi delle esigenze. (C3) *Giustificano differenze e cambiamenti di prezzo nei confronti dei clienti. (C3) *
a3.sp1a	Gestiscono i vari tipi di richieste dei clienti in modo adeguato alla situazione. Riconoscono il momento giusto per concludere un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp1b	Applicano le competenze professionali nei colloqui di vendita. Inducono positivamente la decisione d'acquisto in diverse situazioni.
a3.sp1b	Utilizzano le 10 forme di domande nella fase corretta del colloquio di vendita (fase di contatto, fase dell'offerta e fase conclusiva). Verificano la presenza dei principali elementi contrattuali. (C3)
a3.sp1e	Adottano l'argomentazione dei vantaggi (atteggiamento orientato al cliente) nella fase dell'offerta. Applicano la metodologia relativa alla conclusione e al seguito di un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp2b	Presentano gli attuali programmi di fidelizzazione della clientela con forme di comunicazione adeguate. (C3) *Applicano correttamente le principali attività nella conclusione del colloquio di vendita.
a3.sp7aa3.sp6a	Analizzano il loro comportamento nei colloqui di vendita e consulenza e ricavatene possibili sviluppi. (C4) Identificano i principali elementi di un'esperienza positiva finale per il cliente. (C3)
	Riflettono su come conducono i colloqui rispetto alla costruzione di relazioni con i clienti e ne ricavano opportunità di sviluppo.

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

	Utilizzano correttamente il lessico della lingua straniera per l'analisi delle esigenze fornendo alcuni esempi. (a2.sp2a)
	Presentano un programma di fidelizzazione della clientela nella lingua straniera. (a2.sp2a)
	Motivano l'utilità di un programma di fidelizzazione della clientela in modo linguisticamente comprensibile. (a3.sp2b)

hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien)
hat formatiert: Italienisch (Italien)
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien)
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien)
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien)
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien)
hat formatiert: Nicht Hervorheben
hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben
hat formatiert: Nicht Hervorheben

2.5.3 Mezzi di apprendimento

pagina 18



L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«a2: Analizzare il bisogno del cliente commercio al dettaglio e presentare soluzioni»

«a3: Concludere colloqui di vendita e rielaborarli»

Modulo di conoscenze-

«~~identificare le esigenze dei clienti e instaurare relazioni con loro~~~~Condurre e concludere colloqui di vendita~~»

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

2.6 Campo di apprendimento 4: Operare in modo sicuro in situazioni di vendita complesse

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **10** lezioni.

2.6.1 Attività tipica

Jana, persona in formazione come assistente del commercio al dettaglio, sta osservando una cliente che riempie la propria borsa con alimenti prelevati dagli scaffali. Siccome la cliente non ha con sé nessun cestello dell'azienda, potrebbe anche darsi che durante gli acquisti si sia accorta di dover acquistare più articoli di quanti ne possa portare. Di conseguenza, non ha l'intenzione di rubare i prodotti, ma si limita a trasportarli nella sua borsa personale fino alla cassa. Jana cerca di affrontare la situazione senza turbare la cliente.

2.6.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
a3.sp9a	Illustrano le abituali misure preventive contro i furti. (C2)
a3.sp10a	In un caso sospetto reagiscono e comunicano con sicurezza. (C3)

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

a3.sp9a	Illustrano le abituali misure preventive contro i furti. (C2)
---------	---

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

a3.sp10a	In un caso sospetto reagiscono e comunicano con sicurezza. (C3)
----------	---

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

2.6.3 Mezzi di apprendimento



L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«a3: Concludere colloqui di vendita e rielaborarli»

Modulo di conoscenze

«Operare in modo sicuro in situazioni di vendita complesse»

2.7 Trasmissione integrata della lingua nazionale nel campo di apprendimento 5: Comunicare nella lingua nazionale regionale

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **20** lezioni.

2.7.1 Attività tipica

Tommaso lavora nella filiale di una grande catena di mobili. Presenta alla signora Cavegn un nuovo arredamento per il soggiorno e la camera da letto. La signora Cavegn decide di acquistare alcuni mobili che Tommaso provvede a ordinare. Dopo una settimana, Tommaso deve purtroppo comunicarle che i mobili per il soggiorno saranno forniti soltanto entro tre o quattro settimane.

2.7.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
a1.sp5a	Comunicano con sicurezza oralmente e per iscritto nella lingua nazionale regionale. (C3)

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

Utilizzano correttamente per iscritto nomi, aggettivi e pronomi. (a1.sp5a)
Fanno la distinzione fra lettere iniziali maiuscole e lettere minuscole. (a1.sp5a)
<u>Seguono le direttive per realizzare presentazioni. (a1.sp5a)</u>
<u>Applicano i principi di base della descrizione. (a1.sp5a)</u>
Creano il vocabolario di base per lo storytelling. (a2.sp3b)
<u>Formulano correttamente proposizioni e collegamenti di proposizioni. (a1.sp5a)</u>

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Nicht Hervorheben

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

-

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

a1.sp5a	Comunicano con sicurezza oralmente e per iscritto nella lingua nazionale regionale. (C3)
	<u>Applicano la tecnica efficace per la descrizione.</u>
	<u>Descrivono i prodotti o i servizi della loro azienda di formazione utilizzando aggettivi appropriati.</u>
	<u>Utilizzano correttamente i pronomi della forma di cortesia.</u>
	Formulano oralmente dei riassunti secondo direttive formali.
	Descrivono oralmente situazioni pratiche oppure contenuti di documenti.
	<u>Comunicano oralmente e per iscritto in un contesto orientato alla pratica. Applicano oralmente e per iscritto una presentazione di sé stessi in funzione dei destinatari secondo i contenuti e gli obiettivi impartiti.</u>
	<u>Applicano oralmente in modo corretto le direttive formali della presentazione.</u>

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

2.7.3 Mezzi di apprendimento

L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«a1: Creare il primo contatto con il cliente al dettaglio»

2.8 Trasmissione integrata della lingua straniera nel campo di apprendimento 6: Comunicare in una lingua straniera

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **20** lezioni.

2.8.1 Attività tipica

Giovanni ama il cibo *fine food*. È per questo motivo che il suo posto di fatto di svolgere il tirocinio presso un grande negozio di alimentari rappresenta la realizzazione di un sogno. Giovanni sta servendo il signor Kabashi, un informatico che non parla italiano, e che si trova da poco in Svizzera, dove ~~e~~ lavora per la ditta Infortac Solutions Inc., attiva a livello internazionale. Per il suo debutto presso il nuovo datore di lavoro, il signor Kabashi intende organizzare un brunch. Il cliente è molto insicuro, non sa che cosa e quanto ci si aspetti da un brunch in Svizzera. Non sa nemmeno se sia opportuno offrire qualcosa di speciale proveniente dal suo Paese d'origine. Giovanni determina il quadro generale del bisogno e impiega in modo mirato ~~la sua~~ la sua competenza professionale (argomentazione)

2.8.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
a1.sp5b	Comunicano oralmente e per iscritto in una lingua straniera (livello A2 QCER). (C3) *

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base (nella lingua straniera)

Scrivono testi in una lingua straniera utilizzando la punteggiatura <u>perlopiù</u> corretta.
Scrivono testi in una lingua straniera applicando <u>l'ortografia un'ortografia</u> <u>perlopiù</u> corretta.
Redigono testi <u>sintatticamente sostanzialmente</u> corretti <u>dal punto di vista sintattico</u> in una lingua straniera.
Coniugano diversi verbi in una lingua straniera utilizzando appropriate forme temporali.

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

-

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche (nella lingua straniera)

a1.sp5b	Comunicano oralmente e per iscritto in una lingua straniera (livello A2 QCER). (C3) *
	<i>Applicano oralmente e per iscritto in una lingua straniera la struttura corretta in una frase dichiarativa.</i>
	<i>Applicano oralmente e per iscritto in una lingua straniera la struttura corretta per una dichiarazione negativa.</i>
	<i>Applicano oralmente e per iscritto in una lingua straniera la struttura corretta per diverse forme di domanda.</i>
	<u><i>Motivano le loro richieste o decisioni in modo adeguato alla situazione, oralmente e per iscritto, in modo comprensibile in una lingua straniera.</i></u>
	<i>Applicano in modo corretto oralmente e per iscritto le direttive formali della descrizione.</i>
	<i>Con l'aiuto di esempi impiegano in modo mirato il vocabolario.</i>

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

2.8.3 Mezzi di apprendimento

L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«a1: Creare il primo contatto con il cliente al dettaglio»

2.9 Esami nell'ambito della nota scolastica

Il concetto sommario è una proposta per progettare l'esame/la verifica del rispettivo campo di competenze operative. Se necessario, gli insegnanti possono modificare questo concetto. La proposta presenta un mix di metodi in sintonia con i contenuti delle competenze operative da esaminare e con le condizioni quadro delle disposizioni esecutive per la procedura di qualificazione. I metodi sono spiegati brevemente in un glossario (vedi allegato 1).

Basi

Conoscenze / comprensione

(scritto, 45 min)

- _ Conoscenze professionali (15 min)
- _ Lingua nazionale (15 min)
- _ Lingua straniera (15 min)

Applicazioni su degli esempi legati alla pratica

(scritto/orale, 30 min)

- _ Critical Incidents (10 min)
- _ Mini Cases (10 min)
- _ Simulazioni pratiche (10 min, Lingua nazionale)

Interconnessione

Struttura interdisciplinare
(scritto, 15 min)

- _ Analisi del colloquio

Formatiert: Links

3 Campo di competenze operative B «Gestione e presentazione di prodotti e servizi»

3.1 Panoramica delle competenze operative

Competenza operativa	Situazione lavorativa (secondo il profilo delle attività)
----------------------	---

b.1	Secondo istruzioni, attuare compiti nel processo di gestione della merce
------------	---

Gli assistenti del commercio al dettaglio agiscono nei processi di lavoro della loro azienda. Percepiscono attivamente i propri compiti con grande prontezza e senso di responsabilità. Operano secondo le istruzioni del proprio superiore responsabile senza perdere d'occhio i principali processi di lavoro di livello superiore. Considerano sempre la sicurezza sul lavoro, la protezione della salute, la sostenibilità e l'ecologia.

Gli assistenti del commercio al dettaglio riconoscono i propri compiti nel processo di gestione della merce e li svolgono con professionalità secondo le istruzioni. Riconoscono costi e benefici degli spostamenti di merce e agiscono di conseguenza. Individuano i futuri bisogni dei clienti, li fanno confluire nell'acquisto in concordanza con il loro superiore responsabile utilizzando i canali a loro disposizione (strumenti informatici TI, superiore responsabile ecc.). Tengono conto dello smaltimento appropriato ed ecocompatibile dei rifiuti e rispettano eventuali programmi di smaltimento allestiti dall'azienda. Se non si sentono sicuri, consultano il superiore responsabile.

Gli assistenti del commercio al dettaglio accompagnano il processo di ordinazione della merce ed eseguono il ripristino dell'assortimento. Provvedono a una gestione responsabile e sostenibile delle risorse nel proprio punto vendita. Lavorano in modo pulito e ordinato attenendosi alle direttive vigenti nei campi della sicurezza sul lavoro, della protezione della salute nonché ad altre disposizioni rilevanti.

Accolgono la merce fornita, verificano il bollettino di consegna ed eventualmente la fattura e controllano la merce. D'intesa con il proprio superiore responsabile, applicano la procedura corretta in caso di merce difettosa utilizzando i sistemi e gli strumenti a disposizione dell'azienda.

Gli assistenti del commercio al dettaglio contrassegnano la merce, l'immagazzinano a regola d'arte e in modo sicuro, gestiscono e sorvegliano le scorte di magazzino, segnalano le differenze e le discrepanze nelle scorte secondo le direttive dell'azienda. Svolgono compiti di inventario. D'intesa con il proprio superiore responsabile determinano la disponibilità dei prodotti utilizzando con abilità i sistemi TI.

Se un articolo non viene smerciato come desiderato, in collaborazione con i principali reparti analizzano le possibilità di ridurre la scorta di questo articolo (es. riduzione del prezzo, misure pubblicitarie ecc.).

All'uscita delle merci, gli assistenti del commercio al dettaglio svolgono le procedure di ordinazione e commissionano secondo le istruzioni del superiore responsabile. Controllano la merce e gestiscono la spedizione/la consegna. In caso di contatto simultaneo con più clienti al punto vendita (POS), fissano le giuste priorità.

Durante l'intero processo di gestione della merce rispettano le regole di sicurezza sul lavoro e protezione della salute personale.

b.2	Secondo istruzioni, presentare prodotti e servizi del commercio al dettaglio in funzione dei clienti
------------	---

Gli assistenti del commercio al dettaglio attuano sia la presentazione della merce o del servizio orientata ai clienti sia le azioni/le promozioni secondo le direttive e le istruzioni. Se necessario, preparano la merce nel punto vendita in base alle direttive aziendali concernenti la strategia di commercializzazione basata sul visual-merchandising.

Partecipano attivamente a posizionare prodotti o servizi, a contrassegnarli ed etichettare i prezzi. D'intesa con il proprio superiore responsabile, utilizzano l'intera gamma dei media disponibili nonché gli ausili tecnologici della propria azienda allo scopo di creare un'esperienza emozionale per i clienti.

3.2 Panoramica di tutti i campi di apprendimento

Campi di apprendimento	Riferimento alle CO	Numero di lezioni
CA 1: Spiegare le procedure di gestione della merce e le procedure aziendali, compresa la protezione del lavoro e della salute	b.1	20
CA 2: Posizionare in modo sicuro ed efficace prodotti e servizi	b.2	40

3.3 Campo di apprendimento 1: Spiegare le procedure di gestione della merce e le procedure aziendali, compresa la protezione del lavoro e della salute

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **20** lezioni.

3.3.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Maria sta disimballando la merce del suo negozio di calzature tenendo conto delle direttive aziendali valide dall'accettazione della merce fino al suo controllo e al successivo immagazzinamento. Purtroppo capita spesso che in magazzino arrivi merce difettosa oppure fornita per errore. Grazie a queste verifiche, Maria fa in modo che ciò non accada.

Attività tipica 2

Sofia si occupa della gestione della merce della propria cartoleria. Con la sua formatrice professionale sta verificando se per l'azienda è più vantaggiosa una gestione non computerizzata oppure una gestione del magazzino controllata elettronicamente che è correlata al check-out della merce. Lo scopo di questo lavoro è di determinare la soluzione ideale per l'azienda in cui lavora.

3.3.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
b1.sp1a	Illustrano le fasi di lavoro relative all'accettazione della merce. (C2)
b1.sp2a	Spiegano le fasi di lavoro relative alla contrassegnazione della merce. (C2)
b1.sp6a	Spiegano le fasi di lavoro relative alle uscite di merce. (C2)
b1.sp8a	Illustrano i processi di lavoro tipici di un'azienda. (C2)

b1.sp10a	Applicano le misure di sicurezza sul lavoro e di protezione della salute che si devono rispettare nei processi di lavoro. (C3)
----------	--

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

b1.sp1a	Illustrano le fasi di lavoro relative all'accettazione della merce. (C2)
b1.sp2a	Spiegano le fasi di lavoro relative alla contrassegnazione della merce. (C2)
b1.sp6a	Spiegano le fasi di lavoro relative alle uscite di merce. (C2)
b1.sp8a	Illustrano i processi di lavoro tipici di un'azienda. (C2)
<i>Spiegano i processi di lavoro tipici di gestione di un'azienda. (b1.sp10a)</i>	

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

b1.sp10a	Applicano le misure di sicurezza sul lavoro e di protezione della salute che si devono rispettare nei processi di lavoro. (C3)
<i>Applicano le procedure di lavoro tipiche di gestione della merce fino ai punti di transizione da un reparto e all'altro di un'azienda.</i>	

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

3.3.3 Mezzi di apprendimento

L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«b1: Secondo istruzioni, attuare compiti nel processo di gestione della merce»

Modulo di conoscenze

«Spiegare le procedure di gestione della merce e le procedure aziendali, compresa la protezione del lavoro e della salute»

3.4 Campo di apprendimento 2: Posizionare in modo sicuro ed efficace prodotti e servizi

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **40** lezioni.

3.4.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Nico lavora nel reparto verdura di un supermercato ed è incaricato di presentare e contrassegnare la merce. Per sollecitare e risvegliare i desideri d'acquisto dei clienti, lavora con un programma di colori in funzione della stagione e con un'illuminazione appropriata. L'etichettatura dei prezzi della sua merce avviene secondo l'ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP).

Attività tipica 2

Aurelio, un appassionato escursionista proveniente dall'alto Ticino, lavora nel reparto calzature del negozio di articoli sportivi Go&Life. Per attirare l'attenzione dei clienti sul bell'assortimento e sulla meravigliosa regione del San Gottardo, installa un grande schermo all'entrata del negozio. La musica di sottofondo che accompagna la presentazione viene diffusa tramite un altoparlante Bluetooth.

3.4.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
b2.sp1a	Spiegano le principali basi del posizionamento di prodotti e servizi. (C2)
b2.sp2a	Applicano misure di promozione delle vendite. (C3)
b2.sp3a	Citano le basi giuridiche per contrassegnare prodotti, servizi e prezzi. (C1)
b2.sp4a	Illustrano con quali media e quali mezzi ausiliari tecnici è possibile creare un'esperienza emozionale per i clienti. (C2)

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

b2.sp1a	Spiegano le principali basi del posizionamento di prodotti e servizi. (C2)
b2.sp3a	Citano le basi giuridiche per contrassegnare prodotti, servizi e prezzi. (C1)
b2.sp4a	Illustrano con quali media e quali mezzi ausiliari tecnici è possibile creare un'esperienza emozionale per i clienti. (C2)

Descrivono le misure che si devono considerare nel campo della promozione delle vendite sia all'interno del negozio sia nelle immediate vicinanze. (b2.sp2a)

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

b2.sp2a	Applicano misure di promozione delle vendite. (C3)
	<i>Secondo istruzioni eseguono un semplice progetto di promozione delle vendite.</i>

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

3.4.3 Mezzi di apprendimento

L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«b2: Secondo istruzioni, presentare prodotti e servizi del commercio al dettaglio in funzione dei clienti»

Modulo di conoscenze

«Posizionare in modo sicuro ed efficace prodotti e servizi»

3.5 Esami nell'ambito della nota scolastica

Il concetto sommario è una proposta per progettare l'esame/la verifica del rispettivo campo di competenze operative. Se necessario, gli insegnanti possono modificare questo concetto. La proposta presenta un mix di metodi in sintonia con i contenuti delle competenze operative da esaminare e con le condizioni quadro delle disposizioni esecutive per la procedura di qualificazione. I metodi sono spiegati brevemente in un glossario (vedi allegato 1).

Basi

Conoscenze / comprensione

(scritto, 30 min)

_ Conoscenze professionali

Applicazioni su degli esempi legati alla pratica

(scritto / orale, 30 min)

_ Critical Incidents (10 min)

_ Mini Cases (10 min)

_ Simulazioni pratiche (10 min)

4 Campo di competenze operative C «Acquisizione, introduzione e ulteriore sviluppo di conoscenze su prodotti e servizi»

4.1 Panoramica delle competenze operative

Competenza operativa	Situazione lavorativa (secondo il profilo delle attività)
----------------------	---

c.1 Informarsi su prodotti e servizi del proprio ramo

Gli assistenti del commercio al dettaglio si informano su prodotti o servizi del loro ramo e della propria azienda. Svolgono ricerche per acquisire informazioni sul prodotto o sul servizio sviluppando una corrispondente passione. Si informano sul background del marchio e includono le informazioni nello storytelling. Soprattutto quando si tratta dei marchi propri dell'azienda sono attenti a fornire informazioni fondate. Si informano pure su prodotti e servizi dei concorrenti. Per svolgere questi lavori, utilizzano tutti i canali a loro disposizione. Valutano in modo differenziato le informazioni online e i rapporti sulle esperienze maturate.

Sono in grado di rispondere alle richieste dei clienti su possibili conseguenze che i prodotti o i servizi hanno per la salute umana. Sono in grado di fornire informazioni alle richieste dei clienti sulla sostenibilità di prodotti o servizi.

4.2 Panoramica di tutti i campi di apprendimento

Campi di apprendimento	Riferimento alle CO	Numero di lezioni
CA 1: Svolgere ricerche su prodotti e servizi	c.1	20
CA 2: Considerare gli aspetti ecologici	c.1	20

4.3 Campo di apprendimento 1: Svolgere ricerche su prodotti e servizi

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **20** lezioni.

4.3.1 Attività tipica

Luciana ha appena iniziato il tirocinio di assistente del commercio al dettaglio in una macelleria. Ultimamente la provenienza della carne e l'allevamento conforme alla specie degli animali sono diventati un tema di discussione fra i clienti. Per servire i clienti e saper argomentare con competenza sul tema, Luciana decide di svolgere delle ricerche in Internet sui diversi tipi di allevamento degli animali. Tuttavia, si imbatte spesso in contenuti che le sembrano piuttosto particolari. Luciana discute con la sua formatrice professionale quanto ha trovato in Internet e cerca di formulare argomenti di vendita convincenti partendo proprio dai risultati della sua ricerca.

4.3.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
c1.sp1a	Con l'aiuto delle fonti usuali svolgono ricerche su prodotti e servizi. (C3)
c1.sp2a	Valutano la qualità dei risultati delle loro ricerche. (C4)
c1.sp3a	Sulla base dei risultati della loro ricerca argomentano in modo convincente. (C3)

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

	<i>Indicano fonti appropriate per svolgere ricerche su prodotti e servizi. (c1.sp1a)</i>
	<i>Spiegano come si svolge il processo di ricerca. (c1.sp1a)</i>
	<i>Descrivono i criteri per assicurare la qualità scientifica delle fonti. (c1.sp2a)</i>

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

c1.sp1a	Con l'aiuto delle fonti usuali svolgono ricerche su prodotti e servizi. (C3)
	<i>Per le ricerche utilizzano i principali motori di ricerca.</i>
	<i>Per le ricerche su prodotti e servizi utilizzano appropriate chiavi di ricerca.</i>
c1.sp2a	Valutano la qualità dei risultati delle loro ricerche. (C4)
	<i>Applicano metodi appropriati per assicurare la qualità scientifica delle fonti.</i>

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

c1.sp3a	Sulla base dei risultati della loro ricerca argomentano in modo convincente. (C3)
	<i>Con l'aiuto di esempi applicano una catena di argomenti per prodotti e servizi.</i>

4.3.3 Mezzi di apprendimento

L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«c1: Informarsi su prodotti e servizi del proprio ramo»

Modulo di conoscenze

«Svolgere ricerche su prodotti e servizi»

4.4 Campo di apprendimento 2: Considerare gli aspetti ecologici

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **20** lezioni.

4.4.1 Attività tipica

Massimiliano sta assolvendo il tirocinio di assistente del commercio al dettaglio presso un grande garage. Attualmente i clienti acquistano sempre più automobili elettriche ritenendo che siano molto più rispettose dell'ambiente rispetto a quelle tradizionali. Il superiore responsabile incarica Massimiliano di scoprire se questa opinione predominante sia effettivamente anche corretta. Egli scopre che questa opinione è solo in parte vera dato che la produzione e lo smaltimento di automobili elettriche inquinano fortemente l'ambiente.

4.4.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
c1.sp5a	Descrivono le conseguenze ecologiche come per esempio il consumo energetico, l'inquinamento delle risorse, dell'ambiente e del clima provocate dalla produzione, dall'immagazzinamento e dal trasporto dei loro prodotti. (C2)
c1.sp5b	Spiegano in che modo le categorie di diversi prodotti devono essere smaltite o riciclate. (C2)

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

c1.sp5a Descrivono le conseguenze ecologiche come per esempio il consumo energetico, l'inquinamento delle risorse, dell'ambiente e del clima provocate dalla produzione, dall'immagazzinamento e dal trasporto dei loro prodotti. (C2)

Descrivono le cause e gli effetti del cambiamento climatico.

c1.sp5b Spiegano in che modo le categorie di diversi prodotti devono essere smaltite o riciclate. (C2)

Illustrano varie possibilità di smaltimento legalmente valide. Elencano diverse possibilità di smaltimento tenendo conto delle norme giuridiche.

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

-

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

Utilizzano il vocabolario corrente del tema "Ecologia e ambiente". (c1.sp5a)

4.4.3 Mezzi di apprendimento

L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

«c1: Informarsi su prodotti e servizi del proprio ramo»

Modulo di conoscenze

«Considerare gli aspetti ecologici»

4.5 Esami nell'ambito della nota scolastica

Il concetto sommario è una proposta per progettare l'esame/la verifica del rispettivo campo di competenze operative. Se necessario, gli insegnanti possono modificare questo concetto. La proposta presenta un mix di metodi in sintonia con i contenuti delle competenze operative da esaminare e con le condizioni quadro delle disposizioni esecutive per la procedura di qualificazione. I metodi sono spiegati brevemente in un glossario (vedi allegato 1).

Basi

Conoscenze / comprensione

(scritto, 30 min)

_ Conoscenze professionali

Applicazioni su degli esempi legati alla pratica

(scritto, 30 min)

_ Simulazioni pratiche

d.4 Organizzare il proprio lavoro nel commercio al dettaglio secondo istruzioni

Gli assistenti del commercio al dettaglio pianificano le proprie scadenze e i propri compiti. Organizzano con efficienza la gestione del proprio tempo e la propria tecnica di lavoro e le verificano regolarmente con il proprio superiore responsabile. Si attengono al regolamento interno dell'azienda nonché alle disposizioni in materia di regolamentazione dell'orario di lavoro, comportamento in caso di malattia e a ulteriori disposizioni rilevanti. Sono attenti alla propria salute fisica e psichica, riconoscono tempestivamente un eventuale sovraccarico e cercano di parlarne al più presto con il superiore responsabile. Non procrastinano i compiti poco graditi ma necessari, ma li affrontano in modo attivo.

5.2 Panoramica di tutti i campi di apprendimento

Campi di apprendimento	Riferimento alle CO	Numero di lezioni
CA 1: Muoversi con competenza nell'ambito professionale	d.1/d.2/d.3/ d.4	60

5.3 Campo di apprendimento 1: Muoversi con competenza nell'ambito professionale

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **60** lezioni.

*Osservazione per la competenza linguistica nella lingua straniera: le competenze contrassegnate con * sono trasmesse anche nella lingua straniera.*

5.3.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Nel bus, mentre si sta recando all'azienda di tirocinio «Sport Shop», Gian si ricorda che nella sua agenda elettronica è prevista una verifica scritta fra quattro giorni. Scrive un'e-mail alla formatrice professionale signora Scatti in cui chiede il permesso di poter studiare mezz'ora dopo la pausa pranzo.

Attività tipica 2

Gian si trova nella sala pausa e sta redigendo un riassunto degli ultimi tre capitoli. ~~Inoltre~~Inoltre, studia utilizzando un'applicazione specifica del proprio ramo professionale. Prende nota dei contenuti che dovrebbe ancora visionare prima dell'esame in modo approfondito tramite video di apprendimento

Attività tipica 3

Gian nota che sta uscendo del fumo dalla parte posteriore del magazzino. Sa che deve restare calmo e si dirige per la via più breve verso l'allarme antincendio. Preme il pulsante di allarme e invia un messaggio SOS tramite il chat-tool interno. In seguito, corre verso la cassa al centro del negozio dove c'è il sistema di altoparlante interno. Egli sa che nei casi di emergenza può utilizzarlo per invitare i clienti ad abbandonare immediatamente il negozio. Gian resta calmo e concentrato, mentre Anja, che ha iniziato la formazione con lui, sta tremando e piangendo, ma Gian riesce a tranquillizzarla grazie ai suoi modi pacati.

5.3.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
d1.sp2a	Per le più frequenti situazioni d'emergenza attuano le misure predefinite. (C3)
d2.sp1a	Con l'aiuto di organigrammi illustrano le funzioni/i posti di lavoro importanti per la loro attività. (C2)
d2.sp2a	Impiegano gli strumenti informatici di uso corrente per la collaborazione digitale. (C3)
d2.sp4a	Portano con profitto le proprie competenze nei diversi team. (C3)
d2.sp5a	Nelle diverse situazioni frenetiche applicano tecniche di comunicazione distensive come per esempio ascolto attivo, autorivelazione oppure cambio di prospettiva. (C3)
d3.sp1a	Illustrano i comportamenti abituali adottati per gestire i cambiamenti in un'azienda. (C2)
d3.sp4c	Utilizzano diverse tecniche di apprendimento per la loro formazione e formazione continua. (C3)
d4.sp1a	Pianificano scadenze. (C3)
d4.sp2a	Fissano priorità per i compiti da svolgere. (C3)

Osservazione: gli obiettivi di valutazione definiti nel piano di formazione sono stati assegnati agli ambiti relativi alle conoscenze di base, alle abilità e alle attitudini nonché alle competenze linguistiche e, qualora necessario, concretizzati.

Obiettivi di valutazione Conoscenze di base

d2.sp1a	Con l'aiuto di organigrammi illustrano le funzioni/i posti di lavoro importanti per la loro attività. (C2)
	<i>Spiegano l'organigramma della propria azienda di formazione.</i>
	<i>Descrivono la funzione dei posti di lavoro rilevanti della loro attività.</i>
d3.sp1a	Illustrano i comportamenti abituali adottati per gestire i cambiamenti in un'azienda. (C2)

	<i>Rappresentano delleMostrano strategie per gestire i cambiamenti.</i>
	<i>Elencano tutte leIllustrano situazioni d'emergenza che potrebbero verificarsi nell'azienda di formazione. (d1.sp2a)</i>
▲	<i>Spiegano le misure di sicurezza presenti nella propria azienda di formazione come per es. defibrillatore, estintori, uscite d'emergenza ecc. (d1.sp2a)</i>
	<i>Descrivono come devono agire in una situazione d'emergenza concreta. (d1.sp2a)</i>
	<i>Spiegano le diverse competenze importanti per il lavoro nel team. (d2.sp4a)</i>
	<i>Descrivono diverse tecniche di comunicazione come l'ascolto attivo e messaggi-io „che vengono utilizzate in una conversazione conflittuale. (d2.sp5a)</i>
	<i>Spiegano le tecniche di comunicazione volte ad allentare la tensione. (d2.sp5a)</i>
	<i>Citano le diverse tecniche di apprendimento. (d3.sp4c)</i>
	<i>Spiegano la pianificazione e la sorveglianza mirate di appuntamenti e scadenze. (d4.sp1a)</i>

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

hat formatiert: Italienisch (Italien)

hat formatiert: Italienisch (Italien), Nicht Hervorheben

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

d1.sp2a	Per le più frequenti situazioni d'emergenza attuano le misure predefinite. (C3) <i>Spiegano la procedura da seguire nelle situazioni d'emergenza e le postazioni di lavoro da informare.</i>
d2.sp2a	Impiegano gli strumenti informatici di uso corrente per la collaborazione digitale. (C3) <i>Per la loro collaborazione utilizzano e-mail, chat-tool, agenda elettronica, sistemi di gestione della merce.</i>
d2.sp4a	Portano con profitto le proprie competenze nei diversi team. (C3) <i>Determinano le proprie competenze tramite una lista di controllo.</i>
d3.sp4c	Utilizzano diverse tecniche di apprendimento per la loro formazione e formazione continua. (C3)
d4.sp1a	Pianificano scadenze. (C3) <i>Gestiscono un'agenda cartacea o elettronica.</i>
d4.sp2a	Fissano priorità per i compiti da svolgere. (C3) <i>Applicano le abituali tecniche di lavoro per fissare la priorità dei compiti da svolgere.</i>

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

d2.sp5a	Nelle diverse situazioni frenetiche applicano tecniche di comunicazione distensive come per esempio ascolto attivo, autorivelazione oppure cambio di prospettiva. (C3)
	<i>Applicano le tecniche di comunicazione come, per esempio, l'ascolto attivo durante le discussioni sui conflitti e/o le discussioni con i membri del team.</i>
	<i>Impiegano tecniche di comunicazione appropriate per affrontare situazioni difficili nel team.</i>
	<i>Formulano e giustificano la loro opinione in modo chiaro e comprensibile.</i>
	<i>Descrivono brevemente e chiaramente un fatto o una situazione. (d2.sp4a)</i>
	<i>Danno brevi e chiare indicazioni e istruzioni ai membri del proprio team. (d2.sp4a)</i>
	<i>Argomentano in modo convincente nel team. (d2.sp4a)</i>

5.3.3 Mezzi di apprendimento

L'organo responsabile mette a disposizione mezzi di apprendimento per l'insegnamento orientato alle competenze operative. Per questo campo di apprendimento sono a disposizione le seguenti unità di contenuti:

Elemento operativo

- «d1: Garantire il flusso di informazioni del commercio al dettaglio attraverso tutti i canali»
- «d2: Impostare la collaborazione con diversi team del commercio al dettaglio»
- «d3: Riconoscere gli sviluppi aziendali nel commercio al dettaglio e assumere nuovi compiti secondo istruzioni-»
- «d4: Organizzare il proprio lavoro nel commercio al dettaglio secondo istruzioni-»

Modulo di conoscenze

«Muoversi con competenza nell'ambito professionale»

5.4 Esami nell'ambito della nota scolastica

Il concetto sommario è una proposta per progettare l'esame/la verifica del rispettivo campo di competenze operative. Se necessario, gli insegnanti possono modificare questo concetto. La proposta presenta un mix di metodi in sintonia con i contenuti delle competenze operative da esaminare e con le condizioni quadro delle disposizioni esecutive per la procedura di qualificazione. I metodi sono spiegati brevemente in un glossario (vedi allegato 1).

Basi

Conoscenze / comprensione

(scritto, 30 min)

- _ Conoscenze professionali (15 min)
- _ Lingua nazionale (15 min)

Applicazioni su degli esempi legati alla pratica

(scritto/orale, 30 min)

- _ Critical Incidents (10 min)
- _ Mini-Casella di posta (10 min)
- _ Simulazione pratica (10 min)



6 Ausili di pianificazione

Per l'attuazione nelle scuole professionali sono a disposizione i seguenti ausili:

- Commercio al dettaglio CFP: tabelle dei campi di apprendimento relativi ai tre anni di tirocinio (per tutti i campi di competenze operative A-D)
- Rapporto «Modelli organizzativi per l'attuazione di piani di formazione orientati alle competenze operative nelle scuole professionali»

7 Allegato 1

Questo allegato comprende brevi descrizioni dei metodi d'esame menzionati nel presente concetto di attuazione. Nell'ambito del programma di formazione continua degli insegnanti sono descritti in dettaglio diversi metodi d'esame sotto la rubrica «Didattica concreta».

Critical incidents (situazioni critiche determinanti per il successo)	Una situazione critica determinante per il successo è una situazione di lavoro pratica e difficile in cui è molto importante che il candidato agisca con competenza e in fretta. Ai candidati viene presentata una situazione impegnativa che affrontano in modo appropriato alla situazione stessa.
Analisi del colloquio	L'analisi del colloquio è una forma d'esame con la quale si verificano le competenze comunicative in diverse situazioni di conversazione. I candidati osservano dal vivo oppure tramite un video un colloquio o un estratto di colloquio, analizzano il comportamento di comunicazione del professionista e in seguito presentano oralmente i propri risultati ai periti d'esame.
Simulazioni pratiche	La simulazione pratica è una forma d'esame in cui i candidati sono invitati a eseguire concretamente la procedura in situazioni di routine professionale in un ambiente simulato oppure a descrivere come eseguirebbero l'azione.
Mini Cases (descrizioni di piccoli casi pratici)	I Mini Cases sono una forma d'esame in cui vengono analizzate brevi descrizioni per quanto riguarda l'azione professionale. I candidati analizzano la situazione predefinita, descrivono la procedura e ne ricavano delle conseguenze per l'azione.
Mini casella di posta (=mini-cestino della posta)	Nel compito relativo al cestino della posta i candidati danno priorità alle diverse attività di una situazione di lavoro o di una giornata lavorativa. Possono accedere a queste attività da classificare tramite i più disparati documenti.
Compito pratico	Il compito pratico è una forma d'esame che corrisponde a un mandato con il quale si verificano le conoscenze operazionali. In questo modo le persone in formazione mettono alla prova le proprie capacità analitiche e concettuali.
Gioco di ruolo	Il gioco dei ruoli è una forma d'esame in cui viene simulato un colloquio concernente l'ambito professionale dei candidati. La situazione di conversazione può essere sia di confronto sia di cooperazione. Il candidato interpreta sempre il ruolo del professionista.
Domande di conoscenze e di comprensione	Le domande di conoscenze e di comprensione sono una forma d'esame in cui si verificano in modo mirato e per iscritto le conoscenze e la comprensione. Questa forma d'esame comprende compiti chiusi (ossia con una risposta o una soluzione ben determinata) e domande aperte (compiti di testo, compiti situazionali).