



Concetto nazionale di attuazione nella scuola professionale

Impiegati del commercio al dettaglio AFC con maturità professionale 1, modello additivo

1° anno di tirocinio

Organo responsabile: Formazione nel Commercio al dettaglio in Svizzera

Versione 2.0 Settembre 2025

Documento redatto da: Mattes Erich
Pession Luca
Stadelmann Hans
Ectaveo AG

Indice

1	Introduzione	4
1.1	Situazione iniziale	4
1.2	Obiettivo	4
1.3	Approccio metodico	5
1.4	Risultato	5
1.5	Collaborazione fra i luoghi di formazione per AFC con MP1, modello additivo	6
1.6	Panoramica del numero di lezioni nel confronto fra AFC e AFC con MP 1, modello additivo	8
2	Panoramica del 1° anno di tirocinio	9
3	Campo di competenze operative A «Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti»	14
3.1	Panoramica delle competenze operative	14
3.2	Panoramica di tutti i campi di apprendimento	15
3.3	Campo di apprendimento 1: Creare il contatto con i clienti e l'esperienza d'acquisto	15
3.4	Campo di apprendimento 2: Creare la comunicazione verbale e non verbale	18
3.5	Campo di apprendimento 3: Definire prezzi ed eseguire pagamenti	21
3.6	Campo di apprendimento 4: Condurre e concludere colloqui di vendita	22
3.7	Trasmissione integrata della lingua straniera nel campo di apprendimento 5: Comunicare in una lingua straniera	26
3.8	Esami nell'ambito della nota scolastica	27
4	Campo di competenze operative B «Gestione e presentazione di prodotti e servizi»	29
4.1	Panoramica delle competenze operative	29
4.2	Panoramica di tutti i campi di apprendimento	30
4.3	Campo di apprendimento 1: Avere una visione d'insieme dei canali commerciali e delle catene di fornitura	30
4.4	Campo di apprendimento 2: Spiegare le procedure di gestione della merce e le procedure aziendali	33
4.5	Campo di apprendimento 3: Posizionare in modo sicuro ed efficace prodotti e servizi	35
4.6	Esami nell'ambito della nota scolastica	37
5	Campo di competenze operative C «Acquisizione, introduzione e ulteriore sviluppo di conoscenze su prodotti e servizi»	38

5.1	Panoramica delle competenze operative	38
5.2	Panoramica di tutti i campi di apprendimento	38
5.3	Campo di apprendimento 1: Svolgere ricerche su prodotti e servizi	38
5.4	Campo di apprendimento 2: Considerare gli aspetti ecologici	40
5.5	Esami nell'ambito della nota scolastica	42
6	Campo di competenze operative D «Interazione nell'azienda e nel ramo»	43
6.1	Panoramica delle competenze operative	43
6.2	Panoramica di tutti i campi di apprendimento	44
6.3	Campo di apprendimento 1: Muoversi con competenza nell'ambito professionale	44
6.4	Campo di apprendimento 2: Riflettere sullo sviluppo professionale e portarlo avanti in modo autonomo	48
6.5	Esami nell'ambito della nota scolastica	50
7	Ausili di pianificazione	51
8	Allegato 1	52

1 Introduzione

1.1 Situazione iniziale

La maturità professionale comprende una formazione professionale di base certificata da un AFC e una formazione generale approfondita complementare alla formazione professionale di base (cfr. art. 2 ordinanza sulla maturità professionale OMP). L'insegnamento per l'ottenimento della maturità professionale sostituisce pertanto l'insegnamento di cultura generale. Può essere frequentato durante la formazione professionale di base (cfr. art 13 cpv. 1 OMP) e, per la MP1 con indirizzo «Economia e servizi» tipo «Servizi», comprende 1440 lezioni. Per la MP1 ciò vale sia con le formazioni professionali su tre anni sia con quelle su quattro anni.

In occasione dell'incontro ad alto livello sulla formazione professionale 2014, nella dichiarazione comune i partner hanno trovato un accordo su quattro linee d'azione. La linea d'azione 2 (maturità professionale e accesso alle scuole universitarie professionali) auspica che venga consolidata la maturità professionale durante la formazione professionale di base (MP1).

1.2 Obiettivo

L'obiettivo del presente concetto di attuazione è di rafforzare la maturità professionale per gli impiegati del commercio al dettaglio. Esso assicura che, con al massimo due giorni di scuola la settimana durante i tre anni di tirocinio, vengano raggiunti gli obiettivi dell'AFC e allo stesso tempo che siano rispettate le disposizioni per l'AFC e per la MP 1. L'insegnamento comprende al massimo 9 lezioni per ogni giorno di scuola.

Il profilo professionale per impiegata / impiegato del commercio al dettaglio AFC è orientato alle competenze operative. Contemporaneamente una parte della cultura generale è integrata nelle conoscenze professionali, mentre una parte non lo è.

Di conseguenza, oltre alla dispensa dalla parte di cultura generale non integrata nelle conoscenze professionali (160 lezioni), una MP 1 con indirizzo «Economia e servizi» richiede una riduzione del numero regolamentare di lezioni nell'AFC di ulteriori 600 lezioni dalle quali le persone in formazione nell'AFC possono essere dispensate a favore della MP1 con indirizzo «Economia e servizi». In tal modo si garantisce che l'insegnamento (conoscenze professionali + insegnamento per l'ottenimento della MP) non superi due giorni di scuola la settimana.

1.3 Approccio metodico

Per ridurre le complessive **760 lezioni** per l'AFC con MP 1 è stato seguito il seguente approccio metodico:

1. Gli Impiegati del commercio al dettaglio AFC con MP1 sono dispensati dalle lezioni di cultura generale non integrate nelle conoscenze professionali (**160 lezioni**).
2. Nella scuola professionale, gli impiegati del commercio al dettaglio AFC con MP 1 sono dispensati dalle lezioni di **conoscenze professionali e di cultura generale integrata** nei **campi di competenze operative A-D** coperti dal **programma quadro d'insegnamento per la maturità professionale** oppure nelle quali gli impiegati del commercio al dettaglio AFC con MP 1 si contraddistinguono per una **maggiore velocità di apprendimento (600 lezioni)**.

1.4 Risultato

Durante i mesi di aprile e maggio 2021 il presente concetto di attuazione è stato elaborato dal gruppo di lavoro «ICD MP 1» e comprende, applicando la metodologia esposta nel punto 1.3, il programma ridotto per impiegati del commercio al dettaglio AFC con maturità professionale 1, modello additivo. Dal concetto di attuazione per AFC sono stati stralciati i contenuti interamente coperti dal programma quadro d'insegnamento per la MP. Gli obiettivi di valutazione, nei quali una parte dei contenuti è coperta dal programma quadro d'insegnamento per la MP, sono evidenziati **a colori** nel presente concetto di attuazione.

Il progetto consente sia il raggiungimento degli obiettivi di formazione dell'AFC e della MP 1 sia l'attuazione secondo l'organizzazione scolastica.

Nella procedura di qualificazione AFC (cfr. Programma nazionale per l'insegnamento della cultura generale) i candidati sono dispensati dal campo di qualificazione «Cultura generale». Siccome nella formazione di base con maturità professionale secondo il modello additivo vengono combinate due diverse concezioni didattiche di base, per gli impiegati del commercio al dettaglio AFC non è possibile ottenere la dispensa da ulteriori note relative alla procedura di qualificazione della MP 1. Allo stesso modo, nessuna nota relativa alla MP 1 viene trasferita e riportata per l'AFC.

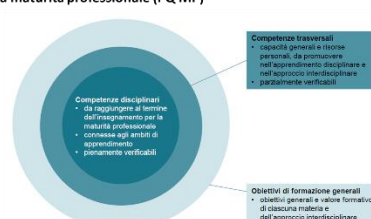
Il grafico seguente presenta una panoramica di entrambi queste due concezioni secondo il modello additivo.

Orientamento alle competenze operative della formazione di base con AFC



Secondo il modello di Anderson & Krathwohl 2001

Modello delle competenze del programma quadro d'insegnamento per la maturità professionale (PQ MP)



pagina 5

1.5 Collaborazione fra i luoghi di formazione per AFC con MP1, modello additivo

Collaborazione tra i luoghi di formazione – assegnazione agli anni di tirocinio delle competenze operative per impiegati del commercio al dettaglio AFC con MP1, modello additivo

	1° anno di tirocinio			2° anno di tirocinio			3° anno di tirocinio		
	Azienda	SP	CI	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									
a5: Instaurare e mantenere la fidelizzazione dei clienti del commercio al dettaglio attraverso diversi canali									
a6: Comunicare in situazioni complesse del commercio al dettaglio									
B: Gestione e presentazione di prodotti e servizi									
b1: Attuare compiti nel processo di gestione della merce									
b2: Presentare prodotti e servizi del commercio al dettaglio in funzione dei clienti									
b3: Gestire indici aziendali operativamente rilevanti, informazioni e dati relativi ai clienti									
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 nell'attività quotidiana						*			
D: Interazione nell'azienda e nel ramo									
d1: Garantire il flusso di informazioni nel commercio al dettaglio attraverso tutti i canali									

	1° anno di tirocinio			2° anno di tirocinio			3° anno di tirocinio		
	Azienda	SP	CI	Azienda	SP	CI	Azienda	SP	CI
d2: Impostare la collaborazione con diversi team del commercio al dettaglio									
d3: Riconoscere gli sviluppi aziendali nel commercio al dettaglio e assumere nuovi compiti									
d4: Organizzare e coordinare i propri lavori nel commercio al dettaglio									
d5: Delegare compiti parziali nel proprio campo di responsabilità									
E: Creazione di esperienze di acquisto									
e1: Svolgere colloqui di vendita impegnativi nel commercio al dettaglio									
e2: Creare esperienze orientate a prodotti e servizi del commercio al dettaglio									
e3: Collaborare alla realizzazione di eventi e promozioni									
F: Gestione di negozi online									
f1: Curare i dati degli articoli per il negozio online									
f2: Analizzare i dati concernenti le vendite online e il comportamento dei clienti									
f3: Gestire la presentazione della merce e le procedure nel negozio online									

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)

1.6 Panoramica del numero di lezioni nel confronto fra AFC e AFC con MP 1, modello additivo

	Numero di lezioni AFC (1.5-2-1)			Numero di lezioni AFC + MP 1 (2-2-2)			Giustificazione per la riduzione del numero di lezioni AFC (dispensa)
	1° AT	2° AT	3° AT	1° AT	2° AT	3° AT	
A: Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti	160	160	80	60	40	80	- Nella MP 1 questo campo può essere trattato più rapidamente che nell'AFC - Le basi nell'ambito delle competenze comunicative e linguistiche nella lingua nazionale e nella lingua straniera nonché del calcolo dei prezzi sono ampiamente coperte nella MP 1
	400			180			
B: Gestione e presentazione di prodotti e servizi	80	120	80	60	40	80	- Nella MP 1 questo campo può essere trattato più rapidamente che nell'AFC - Le basi nell'ambito dei processi di lavoro e delle interfacce di aziende, ricerca, informazioni, impiego dei media e presentazione della merce sono ampiamente coperte nella MP 1
	280			180			
C: Acquisizione, introduzione e ulteriore sviluppo di conoscenze su prodotti e servizi	80	80	0	40	60	0	- Nella MP 1 questo campo può essere trattato più rapidamente che nell'AFC - Le basi nell'ambito della ricerca di informazioni nonché dell'analisi del mercato sono ampiamente coperte nella MP 1
	160			100			
D: Interazione nell'azienda e nel ramo	120	160	40	40	60	0	- Nella MP 1 questo campo può essere trattato più rapidamente che nell'AFC - Le basi nell'ambito delle forme aziendali e giuridiche, dell'economia, delle tecniche e organizzazione del lavoro, delle competenze comunicative e linguistiche nella lingua nazionale e nella lingua straniera nonché del calcolo dei prezzi sono ampiamente coperte nella MP 1
	320			100			
Totale conoscenze professionali CCO A-D	1160			560			Dispensa possibile Nessuna possibilità di dispensa dall'insegnamento dell'educazione fisica (PQ SEFRI)
Cultura generale non integrata	160			0			
Educazione fisica	160			160			
MP 1, modello additivo	0			1440			
Totale lezioni della scuola professionale	1480			2160			

2 Panoramica del 1° anno di tirocinio

CCO A	Creazione e organizzazione delle relazioni con i clienti	60 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.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.sp5b	Comunicano oralmente e per iscritto in una lingua straniera (livello B1 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	Applicano la metodologia di analisi dei bisogni dei clienti. (C3)	
a2.sp2b	Nell'analisi dei bisogni utilizzano le tecniche di porre le domande e le tecniche di colloquio di uso corrente. (C3)	

a2.sp3a	Applicano tecniche di comunicazione per argomentare in modo convincente i benefici per il cliente (C3)
a2.sp3b	Giustificano differenze di prezzo e cambiamenti di prezzo nei confronti dei clienti. (C3)
a2.sp3c	Applicano in funzione dei destinatari la metodologia dello storytelling. (C3)
a2.sp5a	Identificano i principali aspetti di una positiva esperienza d'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	Applicano la metodologia relativa alla conclusione e al seguito di un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp1c	Attuano basi giuridiche importanti nella conclusione e nel seguito di una vendita. (C3)
a3.sp2a	Illustrano i metodi di pagamento di uso corrente. (C2)
a3.sp2b	Compilano i formulari rilevanti per la vendita. (C3)
a3.sp6a	Identificano i principali elementi di un'esperienza positiva finale per il cliente. (C3)
a3.sp7a	Analizzano il loro comportamento nei colloqui di vendita e consulenza e ne ricavano possibili sviluppi. (C4)

CO Obiettivi di valutazione della scuola professionale per il CCO B

b.1 Attuare compiti nel processo di gestione della merce

- b1.sp1a Spiegano le consuete fonti di approvvigionamento e i rispettivi canali commerciali. (C2)
- b1.sp1b Illustrano le fasi di lavoro relative all'accettazione della merce. (C2)
- b1.sp1c Applicano l'abituale metodologia procedurale in caso di fornitura di merce difettosa o sbagliata. (C3)
- b1.sp2a Spiegano le fasi di lavoro relative alla contrassegnazione della merce. (C2)
- b1.sp2b Illustrano le direttive legali per classificare la nuova merce. (C2)
- b1.sp8a Spiegano le fasi di lavoro relative alle uscite di merce. (C2)
- b1.sp10b Illustrano forme efficienti di collaborazione nell'approvvigionamento e nella vendita di merce. (C2)
- b1.sp12b Applicano le misure di sicurezza sul lavoro e di protezione della salute che si devono rispettare nei processi di lavoro. (C3)

b.2 Presentare prodotti e servizi del commercio al dettaglio in funzione dei clienti

- b2.sp1a Applicano le basi del posizionamento di prodotti e servizi. (C3)
- b2.sp2a Applicano misure di promozione delle vendite (C3)
- b2.sp3a Applicano le basi giuridiche per contrassegnare prodotti, servizi e prezzi. (C3)
- b2.sp4a Illustrano con quali media e quali mezzi ausiliari tecnici è possibile creare un'esperienza emozionale per i clienti. (C2)
- b2.sp5a Illustrano le misure preventive di uso corrente contro i furti. (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 correnti svolgono ricerche su prodotti e servizi. (C3)
c1.sp3a	Partendo dai risultati delle loro ricerche formulano argomenti di vendita completi. (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 diverse categorie di prodotti devono essere smaltite o riciclate. (C2)

CCO D Interazione nell'azienda e nel ramo

40 lezioni

CO Obiettivi di valutazione della scuola professionale per il CCO D

d.2 Impostare la collaborazione con diversi team del commercio al dettaglio

d2.sp1a	Illustrano la direzione/conduzione aziendale e l'organizzazione della propria azienda. (C2)
d2.sp2a	Impiegano in modo efficiente 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

d3.sp2a	Analizzano il proprio comportamento nei confronti dei cambiamenti in ambito professionale e deducono conseguenze per il proprio comportamento. (C4)
d3.sp3a	Illustrano i comportamenti abituali adottati per poter gestire i cambiamenti in un'azienda. (C2)
d3.sp6a	Attuano in modo costruttivo i feedback concernenti lo sviluppo delle loro competenze professionali. (C3)
d3.sp6b	Utilizzano diverse tecniche di apprendimento per la loro formazione e formazione continua. (C3)
d3.sp7a	Analizzano le proprie competenze e formulano obiettivi realistici e misure appropriate per il loro futuro sviluppo. C4)

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

3.1 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 impiegati 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, così facendo riescono a creare un'atmosfera di vendita positiva e ad instaurare 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 loro colleghi. Percepiscono consapevolmente i segnali della comunicazione non verbale traendo le giuste conclusioni per il proprio comportamento. Anche gli ulteriori contatti col cliente li creano a secondo 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 e sicuro nella lingua nazionale regionale e in una lingua straniera. Se il cliente si esprime in una lingua che gli impiegati del commercio al dettaglio non comprendono, agiscono in modo orientato al servizio e appropriato alla situazione.	
a.2	Analizzare il bisogno del cliente del commercio al dettaglio e presentare soluzioni
Gli impiegati 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 situazione di vendita. Organizzano attivamente il colloquio con il cliente. Dopo aver chiarito il bisogno assieme al cliente, gli impiegati 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 impiegati del commercio al dettaglio forniscono al cliente convincenti raccomandazioni d'acquisto con il supporto di 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 impiegati 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 impiegati 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, servizi e servizi di cura appropriati al bisogno del cliente (vendite complementari, vendite supplementari e vendite incrociate). Durante 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 impiegati 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 impiegati 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 impiegati del commercio al dettaglio analizzano le reazioni positive e negative dei clienti e i feedback sulla consulenza ricevuta e ricavano possibili idee per migliorare i futuri colloqui di vendita e consulenza.

3.2 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	20
CA 2: Creare la comunicazione verbale e non verbale	a.1/a.2	10
CA 3: Definire prezzi ed eseguire pagamenti	a.2/a.3	5
CA 4: Condurre e concludere colloqui di vendita	a.3	15
TILS 5: Comunicare in una lingua straniera	a.1	10

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

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

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

3.3.1 Attività tipica

Bruno inizia la propria formazione presso il negozio di articoli sportivi «Sport Fit». 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. Le mostra le scarpe da corsa appena arrivate.

La sera stessa, Bruno si accorge che la signora Schori ha scritto su Google una valutazione del negozio «Sport Fit» in cui descrive il giovane in formazione come persona molto simpatica e cortese. Bruno apprezza la valutazione positiva espressa dalla signora Schori soprattutto perché si è limitato a salutarla senza offrirle nessuna consulenza. Naturalmente anche la

formatrice professionale di Bruno, la signora Abazi, è entusiasta e vorrebbe che Bruno discutesse il suo piccolo «segreto» con le altre persone in formazione.

3.3.2 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) *
a2.sp1a	Costruiscono un'atmosfera di fiducia nei confronti dei clienti. (C3) *
a2.sp2a	Applicano la metodologia di analisi dei bisogni dei clienti. (C3) *
a2.sp2b	Nell'analisi dei bisogni utilizzano 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 d'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 i due elementi (saluto / mostrare presenza) che portano alla creazione del primo contatto con il cliente. (a1.sp1a)</i>
<i>Spiegano in modo comprensibile, attraverso situazioni concrete, i comportamenti che favoriscono un primo contatto con il cliente positivo o negativo. (a1.sp1a)</i>
<i>Descrivono cosa deve essere considerato nei quattro elementi che influenzano l'aspetto e, di conseguenza, rendono la prima impressione con il cliente positiva. (a1.sp1a)</i>
<i>Descrivono i diversi approcci al saluto nell'area di vendita, al telefono e online. (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.sp2a)</i>
<i>Descrivono diverse misure che offrono una positiva esperienza d'acquisto per la clientela. (a2.sp5a)</i>
<i>Formulano le dieci tipologie di domande fondamentali per un colloquio di vendita. (a2.sp2b)</i>

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

	<i>Applicano la procedura di accoglienza e saluto nelle forme di vendita o di servizio. (a1.sp1a)</i>
a2.sp1a	Costruiscono un'atmosfera di fiducia nei confronti dei clienti. (C3) *
	<i>Tramite esempi, applicano la metodologia per instaurare fiducia.</i>
a2.sp2a	Applicano la metodologia di analisi dei bisogni dei clienti. (C3) *
	<i>Impiegano in modo mirato l'analisi del fabbisogno in un gioco di ruolo.</i>
	<i>Determinano il desiderio d'acquisto, il motivo dell'acquisto nonché il prodotto giusto per definire il quadro generale del bisogno.</i>
a2.sp5a	Identificano i principali aspetti di una positiva esperienza di acquisto. (C3) *
	<i>Applicano misure appropriate alla situazione che offrono una positiva esperienza d'acquisto per la clientela.</i>
	<i>Propongono alla clientela dimostrazioni, degustazioni nonché promozioni.</i>

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

a1.sp1a	Applicano i principali aspetti del primo contatto con il cliente. (C3) *
	<i>Salutano i nuovi clienti in modo appropriato secondo il momento della giornata e l'età del cliente.</i>
	<i>Accolgono i diversi tipi di clienti con competenza professionale.</i>
	<i>Vedi gli obiettivi di valutazione TILS 5</i>

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

«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»

Modulo di conoscenze

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

3.4 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 nella lingua straniera.*

3.4.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Marco Meier vende 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 altre parole.

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 che produce esclusivamente vini rossi. Le spiega che dietro al vino rosso c'è una storia particolare. Infatti, il bisnonno del produttore di vini ha sempre raccontato ai suoi figli e nipoti che nella buccia dell'uva rossa è presente una sostanza che rende intelligenti. Questa storia è stata raccontata e tramandata attraverso tutte le generazioni.

3.4.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
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.sp3c	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

	<i>Menzionano le singole forme e tecniche di comunicazione. (a1.sp2a)</i>
	<i>Spiegano la struttura dello storytelling includendo la propria competenza professionale. (a2.sp3c)</i>
	<i>Elencano gli aspetti di una storia da considerare nella fase del suo sviluppo. (a2.sp3c)</i>

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>
	<i>Classificano i segnali positivi e negativi della forma di comunicazione.</i>

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

a1.sp2a	Applicano in funzione dei destinatari le forme e le tecniche di comunicazione più frequenti. (C3) *
	<i>Applicano il vocabolario della lingua straniera in modo appropriato alla situazione.</i>
a2.sp3c	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>

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

«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»

Modulo di conoscenze

«Creare la comunicazione verbale e non verbale»

3.5 Campo di apprendimento 3: Definire prezzi ed eseguire pagamenti

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **5** lezioni.

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

3.5.1 Attività tipica

Attività tipica 1

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

Il cliente 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 ha un'app per i pagamenti che 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.

3.5.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
a2.sp3b	Giustificano differenze di prezzo e cambiamenti di prezzo nei confronti dei clienti. (C3) *
a3.sp2a	Illustrano i metodi di pagamento di uso corrente. (C2) *
a3.sp2b	Compilano i formulari rilevanti per la vendita. (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.sp2a	Illustrano i metodi di pagamento di uso corrente. (C2) *
	<i>Menzionano i principali metodi di pagamento nel commercio al dettaglio in Svizzera.</i>
	<i>Descrivono i formulari necessari per la vendita. (a3.sp2b)</i>

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

a3.sp2b	Compilano i formulari rilevanti per la vendita. (C3)
a2.sp3b	Giustificano differenze di prezzo e cambiamenti di prezzo nei confronti dei clienti. (C3) *

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

-

3.5.3 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

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

«a3: Concludere colloqui di vendita e rielaborarli»

Modulo di conoscenze

«Definire prezzi ed eseguire pagamenti»

3.6 Campo di apprendimento 4: Condurre e concludere colloqui di vendita

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **15** lezioni.

3.6.1 Attività tipica

Attività tipica 1

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. Avendo 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.

Attività tipica 2

La sera, Clara pensa ancora una volta alla giovane coppia e agli altri colloqui svolti in giornata. 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 spiegare ulteriori punti concernenti le prestazioni supplementari, i servizi e le disposizioni del negozio outdoor «AdventureLand»? Per concludere, Clara compila una lista di controllo per lo svolgimento e la conclusione di un colloquio di vendita.

3.6.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
a2.sp3a	Applicano tecniche di comunicazione per argomentare in modo convincente i benefici per il cliente (C3)
a3.sp1a	Riconoscono il momento giusto per concludere un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp1b	Applicano la metodologia relativa alla conclusione e al seguito di un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp1c	Attuano basi giuridiche importanti nella conclusione e nel seguito di una vendita. (C3)
a3.sp6a	Identificano i principali elementi di un'esperienza positiva finale per il cliente. (C3)
a3.sp7a	Analizzano il loro comportamento nei colloqui di vendita e consulenza e ne ricavano possibili sviluppi. (C4)

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 il metodo «Certamente, tuttavia» per la gestione delle obiezioni del cliente. (a2.sp3a)</i>
<i>Descrivono gli argomenti di vendita utili a convincere il cliente del prodotto o del servizio. (a2.sp3a)</i>
<i>Distinguono i concetti di «Atteggiamento orientato al cliente», «Metodo certamente, tuttavia» e «Metodo sandwich». (a2.sp3a)</i>
<i>Descrivono la procedura efficace per concludere la vendita. (a3.sp1b)</i>
<i>Descrivono le principali forme di domande determinanti per un colloquio di vendita. (a3.sp1b)</i>

<i>Menzionano i tre gruppi di obiezioni. (a3.sp1b)</i>
<i>Descrivono la valorizzazione dell'acquisto nella fase conclusiva del colloquio di vendita. (a3.sp1b)</i>
<i>Descrivono le modalità con cui si possono chiedere al cliente eventuali desideri particolari, al fine di confezionare correttamente il prodotto o il servizio. (a3.sp1b)</i>
<i>Descrivono la procedura e le modalità di pagamento nella fase di conclusione della vendita. (a3.sp1b)</i>
<i>Descrivono la valorizzazione dell'acquisto nella fase conclusiva del colloquio di vendita. (a3.sp1b)</i>
<i>Descrivono le basi giuridiche relative a un contratto di compravendita. (a3.sp1c)</i>

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

a3.sp1a	Applicano la metodologia relativa alla conclusione e al seguito di un colloquio di vendita. (C3)
	<i>Applicano il metodo «Certamente, tuttavia» alle tre tipologie di obiezioni del cliente per orientare positivamente la decisione d'acquisto.</i>
a3.sp1b	Applicano la metodologia relativa alla conclusione e al seguito di un colloquio di vendita. (C3)
a3.sp1c	Attuano basi giuridiche importanti nella conclusione e nel seguito di una vendita. (C3)
	<i>Applicano forme appropriate di domande per portare a termine un colloquio di vendita.</i>
	<i>Applicano correttamente le principali fasi operative per concludere il colloquio di vendita.</i>
a3.sp6a	Identificano i principali elementi di un'esperienza positiva finale per il cliente. (C3)
a3.sp7a	Analizzano il loro comportamento nei colloqui di vendita e consulenza e ne ricavano possibili sviluppi. (C4)

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

a2.sp3a	Applicano tecniche di comunicazione per argomentare in modo convincente i benefici per il cliente (C3)
---------	--

Utilizzano in modo professionale i giusti gruppi di argomentazione durante il colloquio di vendita.

3.6.3 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

«Condurre e concludere colloqui di vendita»

3.7 Trasmissione integrata della lingua straniera nel campo di apprendimento 5: Comunicare in una lingua straniera

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

3.7.1 Attività tipica

Jonas Keller è una persona in formazione presso il «Centro giardinaggio Verdopera SA». Saluta e accoglie una nuova cliente e si accorge subito che non parla l'italiano. Passa subito alla sua lingua, la saluta e ne determina il desiderio d'acquisto. Jonas comprende che la signora Gordon sta cercando dei vasi in ceramica per la sua terrazza, ma i vasi richiesti non sono attualmente disponibili. La cliente lascia a Jonas il suo numero di cellulare pregandolo di inviarle un breve messaggio nella sua lingua non appena arriveranno i vasi richiesti.

3.7.2 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 B1 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

<i>Traducono calcoli professionali in una lingua straniera. (a1.sp5b)</i>
<i>Creano il vocabolario di base dello storytelling. (a2.sp3c)</i>
<i>Utilizzano correttamente il vocabolario straniero dei numeri sia in forma scritta che orale. (a2.sp3b)</i>

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

-

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

a1.sp5b	Comunicano oralmente e per iscritto in una lingua straniera (livello B1 QCER). (C3) *
---------	---

Applicano in modo corretto oralmente e per iscritto il vocabolario per la prima interazione con i clienti conformemente ai contenuti trasmessi. (a1.sp1a)

Inseriscono lo storytelling nel proprio colloquio di vendita in modo appropriato alla situazione e personalizzato. (a1.sp4a)

3.7.3 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 del commercio al dettaglio»

3.8 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).

1o anno di tirocinio

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

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

4.1 Panoramica delle competenze operative

Competenza operativa	Situazione lavorativa (secondo il profilo delle attività)
b.1	Attuare compiti nel processo di gestione della merce
Gli impiegati del commercio al dettaglio agiscono nei processi di lavoro della loro azienda. Percepiscono attivamente i propri compiti con grande prontezza e senso di responsabilità. Verificano costantemente l'esecuzione dei loro compiti contribuendo con delle proprie idee. Non perdono d'occhio i principali processi di lavoro di livello superiore. Nel contesto di lavoro prendono le proprie decisioni in modo ben ponderato, secondo la giusta priorità e tenendo conto delle possibili conseguenze per l'intero processo di lavoro. Considerano sempre la sicurezza sul lavoro, la protezione della salute, la sostenibilità e l'ecologia. Gli impiegati del commercio al dettaglio riconoscono i propri compiti nel processo di gestione della merce e li svolgono con professionalità. Riconoscono pure costi e benefici degli spostamenti di merce e agiscono di conseguenza. Individuano e analizzano i futuri bisogni dei clienti, li fanno confluire nell'acquisto 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. Gli impiegati 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 e analizzano regolarmente il proprio posto vendita in relazione a una gestione attenta delle risorse. 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. In caso di merce difettosa, applicano la procedura corretta utilizzando i sistemi e gli strumenti a disposizione dell'azienda. Gli impiegati 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. Amministrano i luoghi di deposito e i trasferimenti di merce secondo l'incarico ricevuto e svolgono compiti di inventario. Prestano attenzione agli aspetti economici ed ecologici. Determinano la disponibilità dei prodotti utilizzando con abilità i sistemi TI. All'uscita delle merci, gli impiegati del commercio al dettaglio svolgono le procedure di ordinazione e commissionano. 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 della sicurezza sul lavoro e della protezione della salute personale.	
b.2	Presentare prodotti e servizi del commercio al dettaglio in funzione dei clienti

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

Partecipano attivamente a posizionare prodotti o servizi, a contrassegnarli ed etichettare i prezzi. Utilizzano l'intera gamma dei media disponibili nonché gli ausili della propria azienda allo scopo di creare un'esperienza emozionale per i clienti.

Nell'ambito dei loro compiti assicurano la protezione della merce nella propria azienda.

4.2 Panoramica di tutti i campi di apprendimento

Campi di apprendimento	Riferimento alle CO	Numero di lezioni
CA 1: Avere una visione d'insieme dei canali commerciali e delle catene di fornitura	b.1	20
CA 2: Spiegare le procedure di gestione della merce e le procedure aziendali	b.1	10
CA 3: Posizionare in modo sicuro ed efficace prodotti e servizi	b.2	30

4.3 Campo di apprendimento 1: Avere una visione d'insieme dei canali commerciali e delle catene di fornitura

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

4.3.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Laura lavora in un negozio di articoli sportivi. Sta svolgendo un colloquio con un cliente abituale che chiede informazioni sulle fonti di approvvigionamento del negozio. Gli spiega i motivi per cui la sua azienda si procura la merce da un grossista, ma non direttamente dal fornitore tramite il canale di distribuzione diretto.

Attività tipica 2

Renato lavora nell'azienda familiare di un negozio di alimentari. Sta preparando per il suo formatore un progetto nel campo degli acquisti di merce. È sua intenzione trovare diverse forme di collaborazione con i fornitori. Con l'aiuto di un esempio concreto dimostra che le possibilità di una fusione consentono un approvvigionamento ottimale.

4.3.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
b1.sp1a	Spiegano le consuete fonti di approvvigionamento e i rispettivi canali commerciali. (C2) <i>Le basi sono insegnate parzialmente nella MP.</i>
b1.sp10b	Illustrano forme efficienti di collaborazione nell'approvvigionamento e nella vendita di merce. (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

b1.sp1a	Spiegano le consuete fonti di approvvigionamento e i rispettivi canali commerciali. (C2)
	<i>Spiegano il rapporto tra i settori economici e i compiti della catena commerciale.</i>
	<i>Spiegano i concetti di catena commerciale e funzioni del commercio.</i>
	<i>Elencano i compiti principali del commercio.</i>
	<i>Spiegano diversi indicatori di magazzino basandosi su calcoli.</i>
b1.sp10b	Illustrano forme efficienti di collaborazione nell'approvvigionamento e nella vendita di merce. (C2)
	<i>Descrivono i compiti che risultano importanti per la necessaria collaborazione dalla preparazione degli acquisti fino alla vendita passando dalle fonti di approvvigionamento.</i>
	<i>Calcolano i costi di magazzino e l'incremento di efficienza.</i>
	<i>Sviluppano scenari per la gestione del magazzino.</i>

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

	<i>Calcolano le scorte minime, massime e di riordino. (b1.sp1a)</i>
	-

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

-

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

«b1: Attuare compiti nel processo di gestione della merce»

Modulo di conoscenze

«Avere una visione d'insieme dei canali commerciali e delle catene di fornitura»

4.4 Campo di apprendimento 2: Spiegare le procedure di gestione della merce e le procedure aziendali

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

4.4.1 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 del proprio negozio. Sta verificando se per l'azienda è più vantaggiosa la gestione non computerizzata oppure la gestione del magazzino controllata elettronicamente che è collegata al check-out della merce. Scopo del suo lavoro è di determinare la soluzione ideale per l'azienda in cui lavora.

Attività tipica 3

Anna riceve un nuovo incarico di lavoro da parte dei suoi superiori. Non è certa di essere sufficientemente protetta. Per motivi di sicurezza controlla nelle linee guida della sua azienda se è in grado di svolgere l'incarico senza mettere a repentaglio la propria incolumità. Consta che i suoi superiori hanno pensato a tutto e che pertanto può eseguire il lavoro esattamente come stabilito.

4.4.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
b1.sp1b	Illustrano le fasi di lavoro relative all'accettazione della merce. (C2)
b1.sp1c	Applicano l'abituale metodologia procedurale in caso di fornitura di merce difettosa o sbagliata. (C3)
b1.sp2a	Spiegano le fasi di lavoro relative alla contrassegnazione della merce. (C2)
b1.sp2b	Illustrano le direttive legali per classificare la nuova merce. (C2)
b1.sp8a	Spiegano le fasi di lavoro relative alle uscite di merce. (C2)
b1.sp12b	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.sp1b	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.sp2b	Illustrano le direttive legali per classificare la nuova merce. (C2)
b1.sp8a	Spiegano le fasi di lavoro relative alle uscite di merce. (C2)

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

b1.sp1c	Applicano l'abituale metodologia procedurale in caso di fornitura di merce difettosa o sbagliata. (C3)
	<i>Applicano in modo appropriato alla situazione il protocollo di sicurezza dell'azienda.</i>
b1.sp12b	Applicano le misure di sicurezza sul lavoro e di protezione della salute che si devono rispettare nei processi di lavoro. (C3)
	<i>Riconoscono e individuano i rischi di incidenti sul posto di lavoro.</i>
	<i>Applicano in modo appropriato alla situazione il protocollo di sicurezza dell'azienda.</i>
	<i>Utilizzano correttamente i termini tecnici (ad esempio quelli provenienti dalle leggi).</i>

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

-

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

«b1: Attuare compiti nel processo di gestione della merce»

Modulo di conoscenze

«Spiegare le procedure di gestione della merce e le procedure aziendali»

4.5 Campo di apprendimento 3: Posizionare in modo sicuro ed efficace prodotti e servizi

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

4.5.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Lorena lavora in un negozio di animali dove si sta occupando del posizionamento della nuova linea di prodotti per una sana alimentazione dei cani di grande taglia. Per aumentare il fatturato prevede di utilizzare, sullo stesso ripiano, il posto per le azioni come posizionamento secondario. Grazie all'applicazione della strategia di commercializzazione visual merchandising che comprende tutte le misure di presentazione creativa della merce, il negozio realizza un'importante fatturato in questo settore.

Attività tipica 2

Viviana lavora in una gioielleria per la quale sta allestendo la vetrina, ossia il cosiddetto biglietto da visita dell'azienda. Grazie all'invitante entrata del negozio, alle vetrinette ben tenute e alla competente consulenza del personale, i clienti si fermano volentieri in questo negozio specializzato e ben curato. Affinché l'etichettatura dei prezzi nella vetrina sia corretta, Viviana si attiene all'ordinanza sull'indicazione dei prezzi (OIP).

Attività tipica 3

Nel negozio di articoli sportivi della ditta «Créhard», Fabrizio si sta occupando della presentazione delle tavole da surf appena arrivate. Per la presentazione utilizza un film in cui viene mostrato il tempestoso Oceano Atlantico in Normandia. Fabrizio, come impiegato del commercio al dettaglio molto sportivo, trascorre regolarmente le proprie vacanze attive in Francia ed è quindi in grado di trasmettere al meglio ai suoi clienti la sensazione di libertà e di natura selvaggia. Per ridurre in futuro il forte calo della cifra d'affari del suo negozio dovuto ai frequenti furti, nella presentazione della merce applica allo stesso tempo anche le direttive aziendali in materia di taccheggio.

4.5.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento

b2.sp1a	Applicano le basi del posizionamento di prodotti e servizi. (C3) <i>Le basi sono insegnate parzialmente nella MP.</i>
---------	--

b2.sp2a	Applicano misure di promozione delle vendite. (C3) <i>Le basi sono insegnate parzialmente nella MP.</i>
b2.sp3a	Applicano le basi giuridiche per contrassegnare prodotti, servizi e prezzi. (C3) <i>Le basi sono insegnate parzialmente nella MP.</i>
b2.sp4a	Illustrano con quali media e quali mezzi ausiliari tecnici è possibile creare un'esperienza emozionale per i clienti. (C2) <i>Le basi sono insegnate parzialmente nella MP.</i>
b2.sp5a	Illustrano le misure preventive di uso corrente contro i furti. (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.sp4a	Illustrano con quali media e quali mezzi ausiliari tecnici è possibile creare un'esperienza emozionale per i clienti. (C2)
b2.sp5a	Illustrano le misure preventive di uso corrente contro i furti. (C2)

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

b2.sp1a	Applicano le basi del posizionamento di prodotti e servizi. (C3) <i>Pianificano presentazioni di merce secondo le direttive in riferimento ai cinque sensi dei clienti.</i> <i>Realizzano interessanti presentazioni di merce con l'aiuto dei necessari ausili.</i>
b2.sp2a	Applicano misure di promozione delle vendite. (C3)
b2.sp3a	Applicano le basi giuridiche per contrassegnare prodotti, servizi e prezzi. (C3)

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

-

4.5.3 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: Presentare prodotti e servizi del commercio al dettaglio in funzione dei clienti»

Modulo di conoscenze

«Posizionare in modo sicuro ed efficace prodotti e servizi»

4.6 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).

1o anno di tirocinio

Basi

Conoscenze / comprensione

(scritto, 30 min)

_ Conoscenze professionali

Applicazioni su degli esempi legati alla pratica

(scritto, 45 min)

_ Critical Incidents (15 min)

_ Mini Cases (15 min)

_ Simulazioni pratiche (15 min)

Interconnessione

Struttura interdisciplinare

(scritto o orale oppure lavoro distribuito nel corso del 1° anno di tirocinio)

_ Compito pratico (centrato sulla competenza operativa b2)

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

5.1 Panoramica delle competenze operative

Competenza operativa	Situazione lavorativa (secondo il profilo delle attività)
c.1	Informarsi su prodotti e servizi del proprio ramo
Gli impiegati 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 e sviluppano una corrispondente passione. Si informano sul background del marchio e includono le informazioni nello storytelling. 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. Rispondono alle richieste dei clienti su possibili conseguenze che i prodotti o i servizi hanno sulla salute umana. Sono in grado di fornire informazioni alle richieste dei clienti sulla sostenibilità di prodotti o servizi.	

5.2 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

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

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

5.3.1 Attività tipica

Luciana ha appena iniziato il tirocinio di impiegata 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 proprie 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 ricerca.

5.3.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
c1.sp1a	Con l'aiuto delle fonti correnti svolgono ricerche su prodotti e servizi. (C3) <i>Le basi sono insegnate parzialmente nella MP.</i>
c1.sp3a	Partendo dai risultati delle loro ricerche formulano argomenti di vendita completi. (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>Distinguono i diversi tipi di argomenti di vendita. (c1.sp3a)</i>

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

c1.sp1a	Con l'aiuto delle fonti correnti svolgono ricerche su prodotti e servizi. (C3) <i>Per le ricerche su prodotti e servizi utilizzano appropriate chiavi di ricerca.</i> <i>Utilizzano l'intelligenza artificiale in modo responsabile, con riflessione critica e orientata agli obiettivi, per supportare il loro apprendimento e agire.</i>
c1.sp3a	Partendo dai risultati delle loro ricerche formulano argomenti di vendita completi. (C3)

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

<i>Con l'aiuto di esempi applicano una catena di argomenti per prodotti e servizi. (c1.sp3a)</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

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

Modulo di conoscenze

«Svolgere ricerche su prodotti e servizi»

5.4 Campo di apprendimento 2: Considerare gli aspetti ecologici

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

5.4.1 Attività tipica

Andrea ha trasformato il suo passatempo in professione e sta assolvendo il tirocinio di impiegato 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 Andrea di individuare se questa opinione predominante sia effettivamente anche corretta. Andrea scopre che questa opinione è solo in parte vera dato che la produzione e lo smaltimento di automobili elettriche inquinano fortemente l'ambiente.

5.4.2 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 diverse categorie di 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)
	<i>Descrivono il ciclo di vita di un prodotto dal punto di vista della sostenibilità; dall'estrazione delle materie prime fino all'utilizzo del prodotto.</i>
c1.sp5b	Spiegano in che modo diverse categorie di prodotti devono essere smaltite o riciclate. (C2)
	<i>Elencano diverse possibilità di smaltimento e le principali norme giuridiche.</i>

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

-

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

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

5.4.3 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»

5.5 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).

1o anno di tirocinio

Basi

Conoscenze / comprensione

(scritto, 30 min)

_ Conoscenze professionali

Applicazioni su degli esempi legati alla pratica

(scritto, 45 min)

_ Simulazioni pratiche

6 Campo di competenze operative D «Interazione nell'azienda e nel ramo»

6.1 Panoramica delle competenze operative

Competenza operativa	Situazione lavorativa (secondo il profilo delle attività)
d.2	Impostare la collaborazione con diversi team del commercio al dettaglio
	Gli impiegati del commercio al dettaglio agiscono in modo servizievole nei confronti dei colleghi di lavoro e si attengono a quanto concordato. Nei confronti dei colleghi si presentano con rispetto e cortesia dimostrando interesse per quanto succede nell'azienda. Accettano apertamente incarichi di lavoro e feedback sul proprio lavoro. Scelgono un accurato modo di parlare nei rapporti interpersonali. In caso di situazioni difficili nel team gli impiegati del commercio al dettaglio affrontano i problemi con tempestività e chiarezza. Accettano le critiche in modo oggettivo e cooperativo e si comportano sempre in modo orientato alla soluzione. Si procurano il punto di vista dell'interlocutore e cercano di chiarire i motivi del suo comportamento. Con le parti coinvolte cercano soluzioni offrendo supporto nel limite del possibile. Trattano ogni collega in modo rispettoso indipendentemente dal suo aspetto o del suo comportamento. Sono in grado di inserirsi bene nei nuovi team e gestiscono bene i cambiamenti strutturali del team. Nei team interagiscono in modo professionale attenendosi alle correnti regole comportamentali nei confronti dei propri colleghi. Riconoscono in quali situazioni raggiungono i propri limiti nella gestione dei colleghi e quando necessitano di un ulteriore sostegno. In questo caso si rivolgono al superiore responsabile.
d.3	Riconoscere gli sviluppi aziendali nel commercio al dettaglio e assumere nuovi compiti
	Gli impiegati del commercio al dettaglio sono aperti nei confronti dei cambiamenti in ambito professionale. Sono curiosi e si informano sulla situazione di partenza, sui motivi del cambiamento e sugli obiettivi che si intendono perseguire. Riflettono sul contributo che possono fornire per il successo del cambiamento. In caso di incertezze si rivolgono al superiore responsabile. Percepiscono gli effetti e le conseguenze dei cambiamenti per il proprio lavoro e, nel loro ambito, svolgono un ruolo attivo. Si comportano in modo costruttivo e orientato alla soluzione anche se non hanno ancora presenti tutte le conseguenze. Gli impiegati del commercio al dettaglio organizzano in modo mirato e impegnato il proprio sviluppo personale. Documentano e analizzano costantemente il proprio lavoro ponendo obiettivi realistici per le successive fasi di sviluppo. Si attivano per procurarsi il feedback del superiore responsabile, accettano i feedback critici e li mettono in atto. Impiegano attivamente le tecniche di apprendimento. Sono interessati alle possibilità di sviluppo nel proprio campo professionale e, a questo scopo, si tengono aggiornati. Con l'aiuto di esempi, gli impiegati del commercio al dettaglio sono in grado di spiegare l'organizzazione, i principali obiettivi e il posizionamento sul mercato della propria azienda. Nell'attività professionale agiscono nell'ambito delle condizioni quadro aziendali predefinite.

6.2 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.2	26
CA 2: Riflettere sullo sviluppo professionale e portarlo avanti in modo autonomo	d.3	14

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

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **26** lezioni.

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

6.3.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Endrit è una persona in formazione presso un negozio di abbigliamento maschile. Il suo capo intende allestire una homepage con un negozio online ed essere attivo anche nei social media. Siccome sa che Endrit ha molta dimestichezza in campo digitale, lo incarica di allestire un progetto da presentargli fra quattro settimane. Endrit dovrà collaborare con Alex, suo collega in formazione, e con la signora Schulze che lavora nel negozio due giorni la settimana. Endrit è cosciente che non si tratta di un compito facile siccome Alex è molto riservato mentre la signora Schulze si presenta in modo determinato.

Attività tipica 2

Alena è una persona in formazione presso il garage «Riedmeyer GmbH». Attualmente lavora presso la sede di Basilea St. Johann. Conosce molto bene i diversi pezzi di ricambio e gli accessori auto. Ieri il responsabile della sede, il signor Krause, l'ha pregata di trasferirsi per quattro settimane nella sede Bruderholz sempre a Basilea per sostituire un collaboratore assente durante lo stesso periodo. Alena ritiene molto interessante questo cambiamento temporaneo. Per prepararsi al meglio si è procurata l'organigramma della sede di Bruderholz da cui risulta una struttura simile a quella di Basilea St. Johann. Con questo trasferimento Alena ha l'opportunità di trattare la parte a lei ancora sconosciuta della missione aziendale (concezione direttrice) del garage «Riedmeyer GmbH». Ora è pronta e attende con ansia di trascorrere un periodo in un nuovo ambiente lavorativo.

Attività tipica 3

Antonio è una persona in formazione presso il negozio di skateboard «K3» che ha delle filiali in tutta la Svizzera.

A Losanna si trova la sede principale dell'azienda «K3». La signora Chambovey, responsabile del reparto reclami a Losanna, è molto arrabbiata e si lamenta con il responsabile della filiale di Antonio. Motivo: un ritorno non ancora eseguito di skateboard difettosi.

Antonio deve chiarire al più presto questa situazione e discutere l'ulteriore procedura. Comprende bene l'irritazione della signora Chambovey e per prima cosa, intende chiedere e farsi raccontare i motivi che hanno provocato questa irritazione.

Svolge una ricerca sui dati concernenti gli skateboard essendo oggetto del reclamo e redige delle note per il colloquio telefonico. Siccome la signora Chambovey non parla italiano, Antonio cerca e annota i termini tecnici che gli serviranno per la telefonata.

6.3.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
d2.sp1a	Illustrano la direzione/conduzione aziendale e l'organizzazione della propria azienda. (C2) <i>Le basi sono insegnate parzialmente nella MP.</i>
d2.sp2a	Impiegano in modo efficiente gli strumenti informatici di uso corrente per la collaborazione digitale. (C3)
d2.sp3a	Giustificano con convinzione oralmente e per iscritto la propria opinione anche in una lingua straniera (livello B1 QCER). (C3) *
d2.sp4a	Portano con profitto le proprie competenze nei diversi team. (C3) <i>Le basi sono insegnate parzialmente nella MP.</i>
d2.sp5a	Nelle diverse situazioni frenetiche applicano tecniche di comunicazione distensive come per esempio ascolto attivo, autorivelazione oppure cambio di prospettiva. (C3) <i>Le basi sono insegnate parzialmente nella MP.</i>

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	Illustrano la direzione/conduzione aziendale e l'organizzazione della propria azienda. (C2)
	<i>Spiegano i concetti di mission, vision e valori.</i>
	<i>Spiegano le differenze tra obiettivi aziendali a breve, medio e lungo termine.</i>
	<i>Descrivono le tipiche parti interessate e le sfere ambientali di un'azienda, basandosi su esempi.</i>

Spiegano l'influenza di alcune parti interessate e delle sfere ambientali sull'attività aziendale.

Determinano le proprie competenze, da mettere a disposizione del team (d2.sp4a)

Spiegano le tecniche di comunicazione come ascolto attivo, messaggio oppure cambio di prospettiva. (d2bs5a)

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

d2.sp4a	Portano con profitto le proprie competenze nei diversi team. (C3)
d2.sp2a	Impiegano in modo efficiente gli strumenti informatici di uso corrente per la collaborazione digitale. (C3)
	<i>Dalle strutture organizzative e di conduzione ricavano importanti informazioni relative alle strutture decisionali. (d2.sp1a)</i>

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

d2.sp3a	Giustificano con convinzione oralmente e per iscritto la propria opinione anche in una lingua straniera (livello B1 QCER). (C3) *
	<i>Formulano anche in una lingua straniera la propria opinione tramite e-mail.</i>
	<i>Tramite gli strumenti digitali dell'azienda redigono correttamente un'e-mail interna e dei messaggi anche in una lingua straniera. (d2.sp2a)</i>
d2.sp5a	Nelle diverse situazioni frenetiche applicano tecniche di comunicazione distensive come per esempio ascolto attivo, autorivelazione oppure cambio di prospettiva. (C3)
	<i>Impiegano tecniche di comunicazione appropriate per affrontare situazioni difficili nel team.</i>
	<i>Applicano la tecnica di comunicazione per contribuire al chiarimento di fatti o situazioni.</i>

6.3.3 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

«d2: Impostare la collaborazione con diversi team del commercio al dettaglio»

Modulo di conoscenze

«Muoversi con competenza nell'ambito professionale»

6.4 Campo di apprendimento 2: Riflettere sullo sviluppo professionale e portarlo avanti in modo autonomo

Per questo campo di apprendimento sono a disposizione **14** lezioni.

6.4.1 Attività tipica

Attività tipica 1

Come persona in formazione presso la catena di negozi «SPORT PROFI», la settimana scorsa Teo ha avuto il consueto colloquio mensile sulle competenze. Il responsabile della formazione non è soddisfatto delle prestazioni fornite da Teo sia nella cultura generale sia nel campo di competenze «Interrelazioni nell'azienda». Riceve dunque l'incarico di cercare e sperimentare nuove tecniche di apprendimento per la cultura generale, inoltre deve organizzare un piano realistico con obiettivi per sviluppare, nel prossimo semestre, le competenze nel campo di competenze in cui presenta delle lacune.

Attività tipica 2

Leandro e Selina sono entrambi persone in formazione presso il tradizionale negozio di mobili «Paradiso». Da alcuni mesi è stato inaugurato nelle vicinanze un discount di mobili, di conseguenza il «Paradiso» ha subito un calo del numero di clienti. Ora il negozio di mobili deve essere ristrutturato con integrazione di un cosiddetto cash and carry. Allo stesso tempo, si intende introdurre una consulenza online per i clienti. Molti dei collaboratori, che lavorano lì da anni, si sentono insicuri, non vogliono nessuna consulenza online e vedono con occhio critico anche il cash and carry siccome manca la consulenza e probabilmente ci sarà un calo della qualità della merce. Leandro e Selina vogliono affrontare la nuova situazione e allestire un elenco delle opportunità offerte dalla nuova situazione.

6.4.2 Definizione dei contenuti degli obiettivi di valutazione

Tutti gli obiettivi di valutazione del campo di apprendimento	
d3.sp2a	Analizzano il proprio comportamento nei confronti dei cambiamenti in ambito professionale e deducono conseguenze per il proprio comportamento. (C4)
d3.sp3a	Illustrano i comportamenti abituali adottati per poter gestire i cambiamenti in un'azienda. (C2)
d3.sp6a	Attuano in modo costruttivo i feedback concernenti lo sviluppo delle loro competenze professionali. (C3)
d3.sp6b	Utilizzano diverse tecniche di apprendimento per la loro formazione e formazione continua. (C3)

d3.sp7a	Analizzano le proprie competenze e formulano obiettivi realistici e misure appropriate per il loro futuro sviluppo. (C4)
---------	--

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

d3.sp3a	Illustrano i comportamenti abituali adottati per poter gestire i cambiamenti in un'azienda. (C2)
	<i>Distinguono i diversi tipi di collaboratori per quanto concerne la reazione ai cambiamenti.</i>
	<i>Rappresentano autonomamente delle strategie per gestire i cambiamenti.</i>
	<i>Spiegano le fasi in un processo di cambiamento.</i>
	<i>Descrivono le diverse tecniche di apprendimento. (d3.sp6b)</i>

Obiettivi di valutazione Abilità, attitudini

d3.sp2a	Analizzano il proprio comportamento nei confronti dei cambiamenti in ambito professionale e deducono conseguenze per il proprio comportamento. (C4)
d3.sp6b	Utilizzano diverse tecniche di apprendimento per la loro formazione e formazione continua. (C3)
d3.sp7a	Analizzano le proprie competenze e formulano obiettivi realistici e misure appropriate per il loro futuro sviluppo. (C4)
	<i>Sviluppano domande per ottenere feedback costruttivi.</i>
	<i>Analizzano le proprie competenze e ne ricavano misure appropriate.</i>
	<i>Applicano in modo mirato i vari metodi di riflessione.</i>
d3.sp6a	Attuano in modo costruttivo i feedback concernenti lo sviluppo delle loro competenze professionali. (C3)

Obiettivi di valutazione Competenze linguistiche

-

6.4.3 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

«d3: Riconoscere gli sviluppi aziendali nel commercio al dettaglio e assumere nuovi compiti»

Modulo di conoscenze

«Riflettere sullo sviluppo professionale e portarlo avanti in modo autonomo»

6.5 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).

1o anno di tirocinio

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)

7 Ausili di pianificazione

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

- Commercio al dettaglio AFC: 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»

8 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».

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.
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.
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.
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).
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.
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.
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 agire.
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.