

AREA DI COMPETENZA	FASI DELLO SVILUPPO DELLE COMPETENZE			
1. Organizzazione e conduzione del processo di vendita di prodotti e servizi	E' in grado di rispondere alle esigenze del cliente attraverso indagini, preparare preventivi (per iscritto o oralmente) e trattare ordini di clienti specifici per quanto riguarda determinati portfolio di prodotti (compresa l'illustrazione dei prodotti, servizi di pagamento e processo di consegna).	E' in grado di analizzare e/o rispondere alle specifiche esigenze del cliente (attraverso indagini), avviare gli ordini dei clienti attraverso offerte basate sulle loro esigenze e gestire/trattare gli ordini dei clienti.	E' in grado di consigliare i clienti, di chiarire i problemi relativi agli ordini e socializzare con persone in istituzioni competenti (ad esempio: servizi di distribuzione, centri di informazione per il commercio, camere di commercio, ...) per individuare possibilità di vendita.	E' in grado di trovare soluzioni per la vendita, per problemi di pagamento e di consegna, difficoltà di finanziamento e contrattuali.
	E' in grado di organizzare il processo di spedizione (ad esempio: chiarire la disponibilità dei prodotti e dei servizi di trasporto, compilare moduli standard come packing list, documenti di accompagnamento e certificati di origine) secondo gli standard vigenti.	E' in grado di preparare e/o fornire informazioni (scrivere relazioni, preparare presentazioni) sulle esigenze dei clienti, specifiche dei prodotti/servizi, situazione del mercato, condizioni di spedizione e consegna per il cliente, partner commerciali o gestione; di fornire contratti e accordi.	E' in grado di organizzare il processo di negoziazione tenendo conto di tutti gli aspetti (prezzo, contratto, consegna, assicurazione, disposizioni di legge, tariffario preferenziale, pagamento, soddisfazione del cliente e offerte di altre aziende).	E' in grado di elaborare statistiche e progettare strategie per raggiungere la soddisfazione del cliente (segnalazione delle reazioni dei clienti, gestione dei reclami prendendo in considerazione una soluzione conveniente)
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento:			
	E' in grado di comunicare in modo orientato al cliente e al servizio in conversazioni e consultazioni commerciali (ad esempio: in telefonate, comunicazione personale, e-mail e/o ordini via Internet).			
	E' in grado di raccogliere le informazioni necessarie da indagini scritte e/o orali sui clienti standard.			
	E' grado di ottenere i dati necessari per un'offerta tipica all'interno dell'azienda/da altre aziende e compilare un'offerta sulla base di informazioni aggiornate su clienti e prodotti/servizi in un contesto definito.			
	E' in grado di fornire informazioni di base e rispondere a domande standard di client (ad esempio: ordini, prezzi, processi di spedizione o di pagamento).			
	E'in grado di avviare le procedure necessarie per ordini standard all'interno dell'azienda/con altre imprese e preparare i documenti corrispondenti.			
	E' in grado di imputare e/o seguire i dati necessari in un processo di consegna e di pagamento.			

1. Organizzazione e conduzione del processo di vendita di prodotti e servizi	<p>E' in grado di rispondere alle esigenze del cliente attraverso indagini, preparare preventivi (per iscritto o oralmente) e trattare ordini di clienti specifici per quanto riguarda determinati portfolio di prodotti (compresa l'illustrazione dei prodotti, servizi di pagamento e processo di consegna).</p> <p>E' in grado di organizzare il processo di spedizione (ad esempio: chiarire la disponibilità dei prodotti e dei servizi di trasporto, compilare moduli standard come packing list, documenti di accompagnamento e certificati di origine) secondo gli standard vigenti.</p>	<p>E' in grado di analizzare e/o rispondere alle specifiche esigenze del cliente (attraverso indagini), avviare gli ordini dei clienti attraverso offerte basate sulle loro esigenze e gestire/trattare gli ordini dei clienti.</p> <p>E' in grado di preparare e/o fornire informazioni (scrivere relazioni, preparare presentazioni) sulle esigenze dei clienti, specifiche dei prodotti/servizi, situazione del mercato, condizioni di spedizione e consegna per il cliente, partner commerciali o gestione; di fornire contratti e accordi.</p> <p>E' in grado di organizzare e/o fornire il flusso di informazioni (ad esempio: attraverso pubblicità, visite aziendali, ...) richieste dai clienti, partner commerciali e/o gestionali al fine di presentare le strutture produttive dell'azienda.</p>	<p>E' in grado di consigliare i clienti, di chiarire i problemi relativi agli ordini e socializzare con persone in istituzioni competenti (ad esempio: servizi di distribuzione, centri di informazione per il commercio, camere di commercio, ...) per individuare possibilità di vendita.</p> <p>E' in grado di organizzare il processo di negoziazione tenendo conto di tutti gli aspetti (prezzo, contratto, consegna, assicurazione, disposizioni di legge, tariffario preferenziale, pagamento, soddisfazione del cliente e offerte di altre aziende).</p>	<p>E' in grado di trovare soluzioni per la vendita, per problemi di pagamento e di consegna, difficoltà di finanziamento e contrattuali.</p> <p>E' in grado di elaborare statistiche e progettare strategie per raggiungere la soddisfazione del cliente (segnalazione delle reazioni dei clienti, gestione dei reclami prendendo in considerazione una soluzione conveniente)</p> <p>E' in grado di organizzare e realizzare attività di formazione sul prodotto per i partner commerciali/clienti ed è in grado di organizzare/effettuare viaggi commerciali (ad esempio: fiere).</p>
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento:			
	<p>E' in grado di analizzare la richiesta in ingresso di un cliente specifico e successivamente produrre un'offerta (creare un account cliente, se richiesto).</p>			
	<p>E' in grado di avviare gli ordini dei clienti attraverso offerte sulla base delle loro esigenze.</p>			
	<p>E' in grado di organizzare il processo di vendita e spedizione.</p>			
	<p>E' in grado di monitorare i dati rilevanti per il processo di pagamento, il rilascio dei documenti richiesti e avviare le procedure necessarie.</p>			
	<p>E' in grado di raccogliere dati rilevanti sul mercato, clienti e dati aziendali e raccogliere queste informazioni in un report a supporto delle decisioni. .</p>			
	<p>E' in grado di dirigere il flusso di informazioni tra aziende e clienti, in una lingua straniera.</p>			



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



1. Organizzazione e conduzione del processo di vendita di prodotti e servizi	<p>E' in grado di rispondere alle esigenze del cliente attraverso indagini, preparare preventivi (per iscritto o oralmente) e trattare ordini di clienti specifici per quanto riguarda determinati portfolio di prodotti (compresa l'illustrazione dei prodotti, servizi di pagamento e processo di consegna).</p> <p>E' in grado di organizzare il processo di spedizione (ad esempio: chiarire la disponibilità dei prodotti e dei servizi di trasporto, compilare moduli standard come packing list, documenti di accompagnamento e certificati di origine) secondo gli standard vigenti.</p>	<p>E' in grado di analizzare e/o rispondere alle specifiche esigenze del cliente (attraverso indagini), avviare gli ordini dei clienti attraverso offerte basate sulle loro esigenze e gestire/trattare gli ordini dei clienti.</p> <p>E' in grado di preparare e/o fornire informazioni (scrivere relazioni, preparare presentazioni) sulle esigenze dei clienti, specifiche dei prodotti/servizi, situazione del mercato, condizioni di spedizione e consegna per il cliente, partner commerciali o gestione; di fornire contratti e accordi.</p> <p>E' in grado di organizzare e/o fornire il flusso di informazioni (ad esempio: attraverso pubblicità, visite aziendali, ...) richieste dai clienti, partner commerciali e/o gestionali al fine di presentare le strutture produttive dell'azienda.</p>	<p>E' in grado di consigliare i clienti, di chiarire i problemi relativi agli ordini e socializzare con persone in istituzioni competenti (ad esempio: servizi di distribuzione, centri di informazione per il commercio, camere di commercio, ...) per individuare possibilità di vendita.</p> <p>E' in grado di organizzare il processo di negoziazione tenendo conto di tutti gli aspetti (prezzo, contratto, consegna, assicurazione, disposizioni di legge, tariffario preferenziale, pagamento, soddisfazione del cliente e offerte di altre aziende).</p>	<p>E' in grado di trovare soluzioni per la vendita, per problemi di pagamento e di consegna, difficoltà di finanziamento e contrattuali.</p> <p>E' in grado di elaborare statistiche e progettare strategie per raggiungere la soddisfazione del cliente (segnalazione delle reazioni dei clienti, gestione dei reclami prendendo in considerazione una soluzione conveniente)</p> <p>E' in grado di organizzare e realizzare attività di formazione sul prodotto per i partner commerciali/clienti ed è in grado di organizzare/effettuare viaggi commerciali (ad esempio: fiere).</p>
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento:			
	<p>E' in grado di analizzare i problemi relativi agli ordini dei clienti e identificare la loro origine.</p>			
	<p>E' in grado di comunicare con le varie parti interessate prevalentemente in linguaggio commercial al fine di trovare possibilità per risolvere i problemi relative agli ordini.</p>			
	<p>E' in grado di consigliare completamente i clienti durante il processo di ordinazione.</p>			
	<p>E' in grado di confrontare le offerte della propria azienda con le offerte dei concorrenti e trarne strategie aziendali.</p>			
	<p>E' in grado di sviluppare offerte in collaborazione con altre aziende/istituzioni.</p>			



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



1. Organizzazione e conduzione del processo di vendita di prodotti e servizi	<p>E' in grado di rispondere alle esigenze del cliente attraverso indagini, preparare preventivi (per iscritto o oralmente) e trattare ordini di clienti specifici per quanto riguarda determinati portfolio di prodotti (compresa l'illustrazione dei prodotti, servizi di pagamento e processo di consegna).</p> <p>E' in grado di organizzare il processo di spedizione (ad esempio: chiarire la disponibilità dei prodotti e dei servizi di trasporto, compilare moduli standard come packing list, documenti di accompagnamento e certificati di origine) secondo gli standard vigenti.</p>	<p>E' in grado di analizzare e/o rispondere alle specifiche esigenze del cliente (attraverso indagini), avviare gli ordini dei clienti attraverso offerte basate sulle loro esigenze e gestire/trattare gli ordini dei clienti.</p> <p>E' in grado di preparare e/o fornire informazioni (scrivere relazioni, preparare presentazioni) sulle esigenze dei clienti, specifiche dei prodotti/servizi, situazione del mercato, condizioni di spedizione e consegna per il cliente, partner commerciali o gestione; di fornire contratti e accordi.</p> <p>E' in grado di organizzare e/o fornire il flusso di informazioni (ad esempio: attraverso pubblicità, visite aziendali, ...) richieste dai clienti, partner commerciali e/o gestionali al fine di presentare le strutture produttive dell'azienda.</p>	<p>E' in grado di consigliare i clienti, di chiarire i problemi relativi agli ordini e socializzare con persone in istituzioni competenti (ad esempio: servizi di distribuzione, centri di informazione per il commercio, camere di commercio, ...) per individuare possibilità di vendita.</p> <p>E' in grado di organizzare il processo di negoziazione tenendo conto di tutti gli aspetti (prezzo, contratto, consegna, assicurazione, disposizioni di legge, tariffario preferenziale, pagamento, soddisfazione del cliente e offerte di altre aziende).</p>	<p>E' in grado di trovare soluzioni per la vendita, per problemi di pagamento e di consegna, difficoltà di finanziamento e contrattuali.</p> <p>E' in grado di elaborare statistiche e progettare strategie per raggiungere la soddisfazione del cliente (segnalazione delle reazioni dei clienti, gestione dei reclami prendendo in considerazione una soluzione conveniente)</p> <p>E' in grado di organizzare e realizzare attività di formazione sul prodotto per i partner commerciali/clienti ed è in grado di organizzare/effettuare viaggi commerciali (ad esempio: fiere).</p>
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento:			
	<p>E' in grado di risolvere problemi complessi nei processi di vendita e di servizio all'interno dell'azienda e/o in collaborazione con altre aziende/istituzioni.</p>			
	<p>E' in grado di monitorare il processo di pagamento, identificarne problemi (pagamenti in sospeso) e intervenire con azioni correttive (ad esempio: sanzioni contrattuali).</p>			
	<p>E' in grado di sviluppare una strategia di vendita globale per l'azienda e trarne proposte per campagne di vendita.</p>			
	<p>E' in grado di formare collaboratori e altre persone utilizzando i prodotti o servizi.</p>			
	<p>E' in grado di organizzare / intraprendere viaggi di lavoro e/o organizzare appuntamenti con i clienti.</p>			



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



2. Garantire il processo di acquisto	<p>E' in grado di ordinare lotti ben definiti e prodotti (prodotti noti, fornitori e servizi di consegna), con l'ausilio di sistemi di pianificazione delle risorse aziendali (ERP come SAP/Navision).</p> <p>E' in grado di gestire documenti di ordinazione e di garantire il flusso delle informazioni ai diversi dipartimenti e aziende.</p>	<p>E' in grado di confrontare le offerte in termini di prezzi, qualità e condizioni di consegna.</p> <p>E' in grado di osservare i processi di acquisto e fornire al venditore informazioni e documenti necessari (ad esempio: lettere di vettura, CMR, lettera di trasporto aereo, B / L, fattura, certificato di origine, dichiarazione di esportazione, lettera di istruzioni per il venditore, lista degli imballi) e reagire di conseguenza in caso di disordini nella vendita (correzione di documentazione difettosa).</p> <p>E' in grado di analizzare il mercato della distribuzione e compiere analisi di mercato a livello regionale per garantire adeguati processi di acquisto (benchmarking, marchi, aree di prodotto, imprese di trasporto merci).</p>	<p>E' in grado di analizzare il processo di acquisto, in collaborazione con gli altri dipartimenti aziendali (ad es.: dipartimento qualità), di decidere sui fornitori più idonei, prodotti adeguati in termini di materiali / servizi per la produzione, sulla migliore società e modalità di trasporto tenendo conto delle condizioni di consegna (tempo, prezzo, condizioni di trasporto necessarie per le varie merci ...).</p> <p>E' in grado di negoziare prezzi e condizioni di consegna.</p> <p>E' in grado di risolvere disordini nella vendita in relazione all'acquisizione di informazioni mancanti, di completare il processo di pagamento e prendere accordi idonei in caso di errori di consegna (come la ricerca di sostituzione di una società di trasporti).</p>
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento:		
	<p>E' in grado di utilizzare database informatici aziendali per trovare informazioni standard su ordini in corso.</p>		
	<p>E' in grado di trovare le informazioni necessarie su fornitori noti nel database aziendale.</p>		
	<p>E' in grado di raccogliere informazioni per un ordine da un fornitore conosciuto, con determinati prodotti, termini e condizioni.</p>		
	<p>E' in grado di compilare moduli standard e documenti di acquisto dell'azienda.</p>		
	<p>E' in grado di fornire ai colleghi informazioni riguardanti un ordine.</p>		
	<p>E' in grado di fornire informazioni necessarie e corrette al fornitore in lingua straniera.</p>		



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



2. Garantire il processo di acquisto	<p>E' in grado di ordinare lotti ben definiti e prodotti (prodotti noti, fornitori e servizi di consegna), con l'ausilio di sistemi di pianificazione delle risorse aziendali (ERP come SAP/Navision).</p> <p>E' in grado di gestire documenti di ordinazione e di garantire il flusso delle informazioni ai diversi dipartimenti e aziende.</p>	<p>E' in grado di confrontare le offerte in termini di prezzi, qualità e condizioni di consegna.</p> <p>E' in grado di osservare i processi di acquisto e fornire al venditore informazioni e documenti necessari (ad esempio: lettere di vettura, CMR, lettera di trasporto aereo, B / L, fattura, certificato di origine, dichiarazione di esportazione, lettera di istruzioni per il venditore, lista degli imballi) e reagire di conseguenza in caso di disordini nella vendita (correzione di documentazione difettosa).</p> <p>E' in grado di analizzare il mercato della distribuzione e compiere analisi di mercato a livello regionale per garantire adeguati processi di acquisto (benchmarking, marchi, aree di prodotto, imprese di trasporto merci).</p>	<p>E' in grado di analizzare il processo di acquisto, in collaborazione con gli altri dipartimenti aziendali (ad es.: dipartimento qualità), di decidere sui fornitori più idonei, prodotti adeguati in termini di materiali / servizi per la produzione, sulla migliore società e modalità di trasporto tenendo conto delle condizioni di consegna (tempo, prezzo, condizioni di trasporto necessarie per le varie merci ...).</p> <p>E' in grado di negoziare prezzi e condizioni di consegna.</p> <p>E' in grado di risolvere disordini nella vendita in relazione all'acquisizione di informazioni mancanti, di completare il processo di pagamento e prendere accordi idonei in caso di errori di consegna (come la ricerca di sostituzione di una società di trasporti).</p>
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento:		
	<p>E' in grado di richiedere preventivi dai venditori.</p>		
	<p>E' in grado di confrontare le offerte relative alle condizioni di prezzo, qualità e distribuzione dei prodotti.</p>		
	<p>E' in grado di monitorare un processo di acquisto in corso con l'ausilio del sistema ERP aziendale.</p>		
	<p>E' in grado di compilare le informazioni necessarie sia per il fornitore sia per l'azienda e informare esaurientemente.</p>		
	<p>E' in grado di gestire i disordini nella vendita per la soddisfazione del venditore e dell'acquirente.</p>		
	<p>E' in grado di effettuare un'analisi di mercato a livello regionale per trovare nuovi fornitori per una data domanda.</p>		



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



2. Garantire il processo di acquisto	<p>E' in grado di ordinare lotti ben definiti e prodotti (prodotti noti, fornitori e servizi di consegna), con l'ausilio di sistemi di pianificazione delle risorse aziendali (ERP come SAP/Navision).</p> <p>E' in grado di gestire documenti di ordinazione e di garantire il flusso delle informazioni ai diversi dipartimenti e aziende.</p>	<p>E' in grado di confrontare le offerte in termini di prezzi, qualità e condizioni di consegna.</p> <p>E' in grado di osservare i processi di acquisto e fornire al venditore informazioni e documenti necessari (ad esempio: lettere di vettura, CMR, lettera di trasporto aereo, B / L, fattura, certificato di origine, dichiarazione di esportazione, lettera di istruzioni per il venditore, lista degli imballi) e reagire di conseguenza in caso di disordini nella vendita (correzione di documentazione difettosa).</p> <p>E' in grado di analizzare il mercato della distribuzione e compiere analisi di mercato a livello regionale per garantire adeguati processi di acquisto (benchmarking, marchi, aree di prodotto, imprese di trasporto merci).</p>	<p>E' in grado di analizzare il processo di acquisto, in collaborazione con gli altri dipartimenti aziendali (ad es.: dipartimento qualità), di decidere sui fornitori più idonei, prodotti adeguati in termini di materiali / servizi per la produzione, sulla migliore società e modalità di trasporto tenendo conto delle condizioni di consegna (tempo, prezzo, condizioni di trasporto necessarie per le varie merci ...).</p> <p>E' in grado di negoziare prezzi e condizioni di consegna.</p> <p>E' in grado di risolvere disordini nella vendita in relazione all'acquisizione di informazioni mancanti, di completare il processo di pagamento e prendere accordi idonei in caso di errori di consegna (come la ricerca di sostituzione di una società di trasporti).</p>
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento:		
	<p>E' in grado di analizzare e ottimizzare il processo di acquisto.</p>		
	<p>E' in grado di sviluppare una strategia di acquisto ben fondata per l'azienda.</p>		
	<p>E' in grado di derivare una campagna acquisti dalla strategia di acquisto.</p>		
	<p>E' in grado di monitorare i costi del processo complessivo di acquisto.</p>		
	<p>E' in grado di analizzare i problemi e relative cause causa nel processo di acquisto.</p>		
	<p>E' in grado di risolvere problemi complessi nel processo di acquisto con limiti di tempo.</p>		



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



<p>3. Organizzare l'imballaggio, lo stoccaggio delle merci, nonché i processi di trasporto (logistica)</p>	<p>E' in grado di organizzare il processo di trasporto, individuando la localizzazione del magazzino, assegnando l'imballaggio e la consegna delle merci a società di trasporto tenendo conto di pesi, misure, condizioni di trasporto, i desideri dei clienti ed esigenze di adattamento per il mercato estero (ad esempio: etichettatura in lingua straniera).</p> <p>E' in grado di coordinare le diverse aziende e reparti per la vendita, l'acquisto, il trasporto e l'installazione all'estero.</p>	<p>E' in grado di gestire il magazzino e i processi logistici utilizzando software ERP per garantire sufficienti scorte di merci, che le società di trasporto siano disponibili e forniti I servizi di spedizione.</p> <p>E' in grado di organizzare il processo di distribuzione commissionando ordini di produzione e di organizzare il processo produttivo</p>	<p>E' in grado di analizzare i tipi di imballaggio e di scegliere glio imballi più adatti e le modalità di trasporto per i prodotti (considerando le destinazioni di consegna, tempi di consegna, vie di trasporto).</p> <p>E' in grado di rilasciare i documenti di esportazione (ad esempio: dichiarazione di esportazione, EUR 1, ...) prendendo in considerazione regolamenti di trasporto e regole di movimentazione garantendo il rispetto delle norme ambientali e di sicurezza.</p> <p>E' in grado di organizzare l'etichettatura appropriate del prodotto e della confezione (paese, peso, numero, dimensione, manipolazione, etc.).</p>
<p>Competenze parziali / Risultati di apprendimento: non previste dal consorzio</p>			
<p>4. Coordinare e dirigere il flusso di documenti e transazioni finanziarie</p>	<p>E' in grado di documentare e archiviare tutta la corrispondenza relative a ricerche di mercato, vendita, acquisto, transazioni finanziarie, processi logistici e affari di cooperazione.</p> <p>A tale scopo, è in grado di utilizzare idonei sistemi di comunicazione e conferencing, nonché sistemi di archiviazione e di distribuzione basati su database.</p>	<p>E' in grado di garantire la contabilità di tutti i processi (finanza, assets, personale, stoccaggio e logistica), tenendo conto delle sfide dei mercati esteri.</p> <p>E' in grado di fornire statistiche per relazioni e collegare le transazioni a unità e centri di costo.</p>	<p>E' in grado di osservare il processo delle transazioni finanziarie e di avviare interventi necessary come promemoria e lettere di sollecito.</p>
<p>Competenze parziali / Risultati di apprendimento: non previste dal consorzio</p>			



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



5. Sostenere processi aziendali interni per vendite e acquisti, compresa la gestione della qualità	<p>E' in grado di organizzare i processi amministrativi per le transazioni finanziarie, consegna etc. e di monitorare le procedure di coordinamento tra i diversi servizi tenendo conto degli aspetti religiosi, culturali e linguistici.</p>	<p>E' in grado di svolgere compiti tipici di gestione della qualità al fine di garantire la correttezza e l'integrità dei documenti per la vendita, lo stoccaggio, il trasporto e l'acquisto di beni.</p> <p>E' in grado di assicurare il buon funzionamento dei processi aziendali fornendo tutto il personale e i reparti con informazioni sulle modifiche riguardanti la vendita, l'acquisto e condizioni di trasporto (ad esempio: tariffe di movimentazione portuale, tasse) ed è in grado di agire per salvaguardare i processi (ad esempio: assicurazione, patente, ...).</p>	<p>E' in grado di avviare progetti concernenti nuovi processi aziendali, esportazione o importazione di nuovi prodotti e sviluppare proposte per l'ampliamento e ristrutturazione di portafogli di prodotti e servizi.</p> <p>E' in grado di effettuare l'analisi dei rischi connessi.</p>
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento: non previste dal consorzio		



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



6. Osservare e analizzare mercati e contesti esteri	<p>E' in grado di raccogliere informazioni (dati aziendali come quote di mercato, fatturato o storia, attuali acquirenti, fornitori).</p> <p>E' in grado di produrre statistiche e cifre come richiesto dall' azienda.</p>	<p>E' in grado di identificare specifici punti di forza e misure necessarie per determinare la posizione di mercato dell'azienda.</p> <p>E' in grado di ottenere e preparare le informazioni sui mercati esteri, tenendo conto degli indicatori noti per lo sviluppo del mercato (ad esempio: tasso di crescita, produttività, ...).</p>	<p>E' in grado di analizzare i risultati delle indagini di mercato e trovare indicatori non solo per i desideri dei clienti e sviluppi futuri, ma anche per confrontare l'azienda con i suoi concorrenti.</p> <p>E' in grado di identificare i rischi di diverse strutture finanziarie, di consegna e di import / export.</p> <p>E' in grado di valutare potenzialità e rischi per la vendita e l'acquisto in base a diversi portafogli di prodotti.</p>	<p>E' in grado di effettuare ricerche di mercato in nuovi mercati e paesi e valutare le implicazioni dei relativi aspetti culturali, religiosi e giuridici (in particolare, diritti di proprietà intellettuale, marchi) e regolamenti.</p> <p>E' in grado di monitorare in modo sistematico gli andamenti del mercato</p> <p>E' in grado di identificare i fattori strategici di contesto e analizzarli per quanto riguarda le loro conseguenze al fine di penetrare tali mercati.</p>
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento:			
	<p>E' in grado di raccogliere i dati all'interno dell'azienda circa la sua attuale posizione di mercato dal punto di vista aziendale.</p>			
	<p>E' in grado di individuare indicatori per lo sviluppo dell'azienda in dati aziendali o attraverso il confronto con altre aziende.</p>			
	<p>E' in grado di raccogliere dati fondamentali dei venditori / acquirenti dell'azienda.</p>			
	<p>E' in grado di utilizzare gli strumenti di ricerca per recuperare le informazioni necessarie.</p>			
	<p>E' in grado di utilizzare software per elaborare dati e informazioni da presentare.</p>			
	<p>E' in grado di redigere una relazione/presentazione sull'attuale posizione di mercato.</p>			



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



6. Osservare e analizzare mercati e contesti esteri	<p>E' in grado di raccogliere informazioni (dati aziendali come quote di mercato, fatturato o storia, attuali acquirenti, fornitori).</p>	<p>E' in grado di identificare specifici punti di forza e misure necessarie per determinare la posizione di mercato dell'azienda.</p>	<p>E' in grado di analizzare i risultati delle indagini di mercato e trovare indicatori non solo per i desideri dei clienti e sviluppi futuri, ma anche per confrontare l'azienda con i suoi concorrenti.</p>	<p>E' in grado di effettuare ricerche di mercato in nuovi mercati e paesi e valutare le implicazioni dei relativi aspetti culturali, religiosi e giuridici (in particolare, diritti di proprietà intellettuale, marchi) e regolamenti.</p>
	<p>E' in grado di produrre statistiche e cifre come richiesto dall' azienda.</p>	<p>E' in grado di ottenere e preparare le informazioni sui mercati esteri, tenendo conto degli indicatori noti per lo sviluppo del mercato (ad esempio: tasso di crescita, produttività, ...).</p>	<p>E' in grado di identificare i rischi di diverse strutture finanziarie, di consegna e di import / export.</p>	<p>E' in grado di monitorare in modo sistematico gli andamenti del mercato</p>
	<p>Competenze parziali / Risultati di apprendimento:</p>			
	<p>E' in grado di raccogliere dati rilevanti sulla struttura del mercato in mercati esteri per quanto riguarda il posizionamento dell'azienda.</p>			
	<p>E' in grado di condurre un'analisi di mercato esterno (ad esempio: benchmark, analisi della concorrenza).</p>			
	<p>E' in grado di individuare le tendenze e gli sviluppi nei mercati esteri.</p>			
	<p>E' in grado di utilizzare strumenti di marketing per l'analisi dei mercati (ad esempio: analisi SWOT, analisi della concorrenza, ...) in base ad un fabbisogno informativo predefinito.</p>			
	<p>E' in grado di pianificare misure per sostenere e far progredire la posizione di mercato dell'azienda.</p>			
<p>E' in grado di fornire una relazione e presentazione chiara a colleghi e dirigenti.</p>				



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



6. Osservare e analizzare mercati e contesti esteri	<p>E' in grado di raccogliere informazioni (dati aziendali come quote di mercato, fatturato o storia, attuali acquirenti, fornitori).</p> <p>E' in grado di produrre statistiche e cifre come richiesto dall' azienda.</p>	<p>E' in grado di identificare specifici punti di forza e misure necessarie per determinare la posizione di mercato dell'azienda.</p> <p>E' in grado di ottenere e preparare le informazioni sui mercati esteri, tenendo conto degli indicatori noti per lo sviluppo del mercato (ad esempio: tasso di crescita, produttività, ...).</p>	<p>E' in grado di analizzare i risultati delle indagini di mercato e trovare indicatori non solo per i desideri dei clienti e sviluppi futuri, ma anche per confrontare l'azienda con i suoi concorrenti.</p> <p>E' in grado di identificare i rischi di diverse strutture finanziarie, di consegna e di import / export.</p> <p>E' in grado di valutare potenzialità e rischi per la vendita e l'acquisto in base a diversi portafogli di prodotti.</p>	<p>E' in grado di effettuare ricerche di mercato in nuovi mercati e paesi e valutare le implicazioni dei relativi aspetti culturali, religiosi e giuridici (in particolare, diritti di proprietà intellettuale, marchi) e regolamenti.</p> <p>E' in grado di monitorare in modo sistematico gli andamenti del mercato</p> <p>E' in grado di identificare i fattori strategici di contesto e analizzarli per quanto riguarda le loro conseguenze al fine di penetrare tali mercati.</p>
	Competenze parziali / Risultati di apprendimento:			
	<p>E' in grado di individuare indicatori rilevanti per gli sviluppi del mercato presenti e futuri e le esigenze dei clienti.</p>			
	<p>E' in grado di valutare gli indicatori in base ai dati aziendali, ai concorrenti e al mercato.</p>			
	<p>E' in grado di identificare i rischi e le opportunità dei mercati e analizzare i fattori di influenza.</p>			
	<p>E' in grado di condurre un'analisi dei rischi basata sull'attuale portafoglio prodotti / servizi.</p>			
	<p>E' in grado di sviluppare ulteriormente il portafoglio di prodotti / servizi dell'azienda e valutarne i rischi.</p>			
	<p>E' in grado di interpretare i risultati di ricerche di mercato e/o di una analisi SWOT.</p>			
	<p>E' in grado di elaborare le implicazioni e consigliare colleghi e dirigenti.</p>			

6. Osservare e analizzare mercati e contesti esteri	<p>E' in grado di raccogliere informazioni (dati aziendali come quote di mercato, fatturato o storia, attuali acquirenti, fornitori).</p>	<p>E' in grado di identificare specifici punti di forza e misure necessarie per determinare la posizione di mercato dell'azienda.</p>	<p>E' in grado di analizzare i risultati delle indagini di mercato e trovare indicatori non solo per i desideri dei clienti e sviluppi futuri, ma anche per confrontare l'azienda con i suoi concorrenti.</p>	<p>E' in grado di effettuare ricerche di mercato in nuovi mercati e paesi e valutare le implicazioni dei relativi aspetti culturali, religiosi e giuridici (in particolare, diritti di proprietà intellettuale, marchi) e regolamenti.</p>
	<p>E' in grado di produrre statistiche e cifre come richiesto dall' azienda.</p>	<p>E' in grado di ottenere e preparare le informazioni sui mercati esteri, tenendo conto degli indicatori noti per lo sviluppo del mercato (ad esempio: tasso di crescita, produttività, ...).</p>	<p>E' in grado di identificare i rischi di diverse strutture finanziarie, di consegna e di import / export.</p>	<p>E' in grado di monitorare in modo sistematico gli andamenti del mercato</p>
	<p>Competenze parziali / Risultati di apprendimento:</p>			
	<p>E' in grado di analizzare nuovi mercati e mercati potenziali in nuovi paesi.</p>			
	<p>E' in grado di identificare l'influenza dei fattori socio-culturali (ad esempio: cultura, sistema legale, religione) sui mercati e di valutarne potenzialità e restrizioni</p>			
	<p>E' in grado di analizzare sistematicamente le tendenze in mercati rilevanti.</p>			
	<p>E' in grado di identificare i fattori socio-economici e le loro conseguenze per l'azienda.</p>			
	<p>E' in grado di analizzare un contesto rilevante e trarre conclusioni per transazioni commerciali.</p>			
<p>E' in grado di presentare risultati e strategia aziendale fondati e adeguati per diversi gruppi target.</p>				



THEME Matrice di Competenza - Commercio con competenze parziali / risultati di apprendimento



7. Costituzione di strutture collaborative con partner internazionali	<p>E' in grado di contattare agenti, partner internazionali e istituzioni ufficiali (ad esempio: autorità doganali) per organizzare e coordinare la vendita e l'acquisto di processi standardizzati (ad esempio: sistemazione di date, raccolta di informazioni su persone, flussi e stato di consegna, trasporto ...)</p>	<p>E' in grado di trovare nuovi potenziali partner, fornire e coordinare possibilità di cooperazione e avviare meeting.</p>	<p>E' in grado di organizzare joint venture e di fornire dettagli contrattuali (ad esempio: licenza tecnologica, brevetti, marchi, diritti di proprietà intellettuale, condizioni).</p> <p>E' in grado di identificare barrier, condizioni tariffarie e finanziarie e aaltre informazioni per I processi decisionali come costituzione di agenzie di vendita di proprietà aziendale, negozi o assegnazione di responsabilità tra partner.</p> <p>Per questi compiti può cooperare con esperti di diversi settori (avvocati, consulenti) per ottenere consigli.</p>
	<p>Competenze parziali / Risultati di apprendimento: non previste dal consorzio</p>		

Abbreviazioni:

- BOL B / L Polizza di carico
- CMR "Convention des Marchandises par Route" Lettera di vettura internazionale
- ERP Enterprise Resource Planning
- L / C Lettera di Credito
- SOP Standard Operating Procedures
- EUR 1 EUR 1 Certificato di circolazione



Il presente progetto è finanziato con il sostegno della Commissione europea.

L'autore è il solo responsabile di questa pubblicazione e la Commissione declina ogni responsabilità sull'uso che potrà essere fatto delle informazioni in essa contenute.