

STANDARD MINIMO DI PERCORSO FORMATIVO

QUALIFICAZIONE DI EXPORT MANAGER

DETERMINAZIONE N. DPG025/1005 (27-10-2023)

1. RAPPORTO FRA UNITÀ DI COMPETENZA E UNITÀ DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO

Unità di Competenza	Unità di Risultati di Apprendimento
---	Inquadramento della professione
---	Comunicare in lingua Inglese
---	Comunicare in lingua straniera
---	Operare in sicurezza nel luogo di lavoro
Analizzare il mercato internazionale e selezionare i paesi obiettivo	Analizzare il mercato e selezionare i Paesi obiettivo
Definire le strategie di internazionalizzazione dell'azienda	Aspetti economici e finanziari del commercio internazionale
	Posizionare e differenziare l'impresa sul mercato internazionale
Curare le attività di commercializzazione e promozione di prodotti e servizi all'estero	Gli aspetti legali, fiscali e doganali dell'esportazione
	Distribuire e vendere all'estero
	Comunicare e gestire il portfolio clienti nei mercati esteri
	Formare e fidelizzare il trade

2. LIVELLO EQF DELLA QUALIFICAZIONE IN USCITA: 6

3. REQUISITI OBBLIGATORI DI ACCESSO AL PERCORSO

- Laurea/Diploma accademico di primo livello (180 credit ECTS)
- Conoscenza della Lingua Inglese almeno al livello B2 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, restando obbligatorio lo svolgimento delle specifiche prove valutative in sede di selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente

- Per i cittadini stranieri, oltre alla conoscenza della lingua inglese almeno al livello B2, conoscenza della lingua italiana almeno al livello B1 del Quadro Comune Europeo di Riferimento per le Lingue, restando obbligatorio lo svolgimento delle specifiche prove valutative in sede di selezione, ove il candidato già non disponga di attestazione di valore equivalente
- I cittadini extracomunitari devono disporre di regolare permesso di soggiorno valido per l'intera durata del percorso o dimostrazione della attesa di rinnovo, documentata dall'avvenuta presentazione della domanda di rinnovo del titolo di soggiorno

4. ARTICOLAZIONE, PROPEDEUTICITÀ E DURATE MINIME

O.	Articolazione dell'Unità di competenza/Contenuti	Unità di Risultati di Apprendimento	Durata minima	di cui in FAD	Crediti Formativi
1	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Orientamento al ruolo • I diritti ed i doveri del datore e del prestatore di lavoro • I contratti nazionali e collettivi • Il contratto a tempo determinato e indeterminato • Il contratto di apprendistato: caratteristiche, riferimenti normativi • Gli sbocchi professionali • Principi etici fondamentali 	Inquadramento della professione	5	5	Non ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza
2	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il ruolo strategico e le diverse tipologie di ricerche di mercato • Principi di statistica • Principi e tecniche di analisi quantitativa e qualitativa • Scienze sociali e comportamentali • Tecniche di benchmarking e analisi della concorrenza • Tecniche di analisi SWOT • Classificazione e tecniche di consultazione delle fonti • Tecniche di trattamento ed elaborazione dei dati • Principi e tecniche di marketing strategico e segmentazione • Elementi di Geopolitica <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progettare e condurre analisi quali quantitative per effettuare 	Analizzare il mercato e selezionare i Paesi obiettivo	50	25	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali

	<p>analisi di mercato</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizzare i mercati esteri per selezionare i mercati obiettivo potenzialmente adatti al posizionamento e alla distribuzione dei prodotti e servizi dell'azienda • Prevedere le evoluzioni e le crisi del mercato internazionale per posizionare/riposizionare l'offerta dell'azienda • Anticipare le preferenze e le tendenze di un determinato mercato estero • Valutare le opportunità di business di un mercato di destinazione esaminando il contesto politico, economico, culturale e normativo • Misurare l'attrattività di un mercato/segmento a cui rivolgere l'offerta in termini di benefici e rischi • Individuare le strategie per fronteggiare i concorrenti reali e potenziali in relazione ai loro punti di forza e di debolezza ed ai vantaggi competitivi dei loro prodotti /servizi 				
3	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Economia del commercio internazionale e dei mercati monetari e finanziari • Il sistema dei pagamenti internazionali • Tecniche di redazione del business plan per l'Internazionalizzazione 	Aspetti economici e finanziari del commercio internazionale	40	20	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
4	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Management, pianificazione e sviluppo strategico per l'internazionalizzazione • L'organizzazione dell'Ufficio Export • Strategie e tecniche di posizionamento e differenziazione nei Mercati Internazionali • Strategie di crescita per l'Internazionalizzazione: penetrazione, sviluppo e diversificazione • Export ed investimenti nei mercati stranieri • Tecniche di Negoziazione Internazionale • Tecniche di Pianificazione e Sviluppo delle Vendite all'Estero 	Posizionare e differenziare l'impresa sul mercato internazionale	50	25	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali

	Abilità <ul style="list-style-type: none"> • Individuare i vantaggi competitivi dell'azienda per posizionare e differenziare l'offerta nei paesi esteri • Modellare le politiche aziendali adeguandole ad un certo mercato • Individuare nuove opportunità di business e definire le strategie di crescita per espandere il campo d'azione dell'azienda presso un determinato numero di mercati esteri • Individuare tutte le possibili fonti di finanziamento e valutare la sostenibilità economico finanziaria di un progetto di internazionalizzazione • Elaborare e gestire un piano economico e finanziario export indicando obiettivi, tempi, mezzi di attuazione del piano specificando i compiti di ogni figura professionale coinvolta nel progetto export • Coadiuvare a livello decisionale le aziende nella funzione Commerciale e Marketing affiancando il Management nello sviluppo di canali commerciali e opportunità di mercato ed elaborando un piano di marketing adeguato al paese di destinazione • Far penetrare l'azienda in nuovi mercati e/o consolidare la presenza in quelli in cui già opera ed esporta individuando i vantaggi competitivi in relazione ai quali differenziare l'offerta massimizzando il ritorno degli investimenti all'estero • Modificare o sviluppare nuove linee di prodotto 				
5	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Documenti e certificati per il commercio internazionale • Classificazione merceologica ed etichettatura • Logistica e trasporti intermodali • Aspetti e adempimenti fiscali e doganali del commercio internazionale • Regole e adempimenti di E-business e E-commerce • Incoterms e linguaggio di settore • Contrattualistica e diritto Internazionale 	Gli aspetti legali, fiscali e doganali dell'esportazione	40	20	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
6	Conoscenze	Distribuire e vendere all'estero	50	20	Amnesso il riconoscimento di

- Principi e tecniche di Marketing operativo
- Tecniche di vendita e di promozione B2B e B2C
- I sistemi CRM (Customer Relationship Management)
- Tecniche di organizzazione e gestione della rete vendita nei mercati esteri
- Strategie e tecniche di co -marketing
- Tecniche di Trade marketing
- Tecniche di in- store marketing e trade promotion

Abilità

- Definire obiettivi di vendita nel medio e lungo periodo
- Definire un piano di azione commerciale bilanciando gli obiettivi alle dotazioni strumentali, finanziarie ed umane a dell'azienda
- Organizzare e gestire piani di marketing mix di prodotti o linee di prodotti differenti in relazione ai gruppi di consumatori selezionati
- Utilizzare la strumentazione finanziaria a supporto di iniziative di scambio commerciale
- Analizzare i contratti di compravendita internazionale e individuare soluzioni commerciali e logistiche efficaci
- Organizzare la rete di distribuzione del prodotto/servizio all'estero definendo canali e termini di approvvigionamento e prevedendo, se necessario, modalità di distribuzione e condizioni di vendita diversificate per ogni territorio
- Monitorare il conseguimento degli obiettivi commerciali in relazione ai paesi di destinazione selezionati individuando, se necessario, eventuali azioni correttive o riprogettando le scelte commerciali
- Definire indirizzi strategici ed operativi per supportare la rete vendita nella implementazione delle attività di commercializzazione
- Individuare iniziative commerciali di distribuzione per aumentare la quota di mercato ed incrementare il fatturato aziendale
- Definire le attività di in-store marketing per massimizzare la visibilità del prodotto all'interno del punto vendita
- Individuare e sviluppare soluzioni di e-business ed e-commerce per incrementare le vendite

credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali

7	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnologie dell'informazione e della comunicazione • Strategie di branding internazionale • Principi e tecniche di Web e Social media marketing • Teorie e Tecniche di comunicazione efficace • Tecniche di negoziazione e intermediazione • Principi e tecniche di Marketing operativo <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuare iniziative di web marketing e social media marketing per la promozione commerciale di prodotti e servizi all'estero • Contribuire alla definizione ed alla implementazione delle indicazioni strategiche ed operative del piano di comunicazione integrata per promuovere e consolidare l'immagine e l'offerta aziendale sui mercati esteri nel rispetto delle strategie di marketing definite • Comunicare in modo efficace con aziende e partner locali per instaurare partnership strategiche e stipulare accordi commerciali e istituzionali vantaggiosi • Gestire ed incrementare il portafoglio clienti in qualità di importatori, distributori, clienti diretti 	Comunicare e gestire il portfolio clienti nei mercati esteri	40	20	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
8	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di fidelizzazione ed incentivazione • Tecniche di gestione e motivazione delle risorse umane <p>Abilità</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definire le linee guida per la formazione del trade in riferimento alle caratteristiche dei prodotti\servizi e alle strategie e tecniche di vendita individuate • Definire le politiche di incentivazione della forza vendita 	Formare e fidelizzare il trade	30	10	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
9	<p>Conoscenze</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inglese commerciale 	Comunicare in lingua Inglese	40	20	Ammesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla

					base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
10	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Seconda lingua straniera 	Comunicare in lingua straniera	60	30	Amnesso il riconoscimento di credito formativo di frequenza sulla base della valutazione di apprendimenti formali, non formali ed informali
11	Conoscenze <ul style="list-style-type: none"> • Legislazione sulla salute e sicurezza sui luoghi di lavoro e applicazione delle norme di sicurezza • Gli obblighi del datore di lavoro e del lavoratore Abilità <ul style="list-style-type: none"> • Organizzare la prevenzione in azienda • Applicare i protocolli di prevenzione e riduzione del rischio professionale 	Operare in sicurezza nel luogo di lavoro	8	4	Amnesso credito di frequenza con valore a priori riconosciuto a chi ha già svolto con idonea attestazione (conformità settore di riferimento e validità temporale) il corso conforme all'Accordo Stato - Regioni 21/12/2011 - Formazione dei lavoratori ai sensi dell'art. 37 comma 2 del D.lgs. 8 1/2008
DURATA MINIMA TOTALE AL NETTO DEL TIROCINIO CURRICULARE			413	199	

5. TIROCINIO CURRICULARE

Durata minima tirocinio, al netto dell'eventuale riconoscimento di crediti formativi di frequenza: 140 ore

Durata massima tirocinio: 200 ore

6. UNITÀ DI RISULTATI DI APPRENDIMENTO AGGIUNTIVE

A scopo di miglioramento/curvatura della progettazione didattica, nel limite massimo del 10% delle ore totali di formazione, al netto del tirocinio curriculare

7. METODOLOGIA DIDATTICA

Le unità di risultato di apprendimento vanno realizzate attraverso attività di formazione d'aula specifica e metodologia attiva

8. VALUTAZIONE DIDATTICA DEGLI APPRENDIMENTI

Obbligo di tracciabile valutazione didattica degli apprendimenti per singola Unità di risultati di apprendimento

9. GESTIONE DEI CREDITI FORMATIVI

- Credito di ammissione: riconoscibile attraverso valutazione degli apprendimenti formali, non formali e informali dei richiedenti svolta da operatore abilitato, in applicazione della procedura regionale, con riferimento a risultati di apprendimento EQF 6
- Crediti formativi di frequenza: Percentuale massima riconoscibile 30% sulla durata di ore d'aula o laboratorio; 50% su tirocinio curriculare, al netto degli eventuali crediti con valore a priori.

10. REQUISITI PROFESSIONALI E STRUMENTALI

Qualificazione dei formatori, di cui almeno il 50% esperti provenienti dal mondo del lavoro, in possesso di una specifica e documentata esperienza professionale o di insegnamento, almeno triennale, nel settore di riferimento.

STANDARD MINIMO DI ATTREZZATURE: Laboratorio informatico (un pc per ogni due allievi)

11. ATTESTAZIONE IN ESITO RILASCIATA DAL SOGGETTO ATTUATORE

Documento di formalizzazione degli apprendimenti, con indicazione del numero di ore di effettiva frequenza. Condizioni di ammissione all'esame finale: frequenza di almeno il 70% delle ore complessive del percorso formativo

12. ATTESTAZIONE IN ESITO AD ESAME PUBBLICO

Certificato di qualificazione professionale rilasciato ai sensi del D.lgs 13/13