

CORSO DI FORMAZIONE PER L'AGGIORNAMENTO PROFESSIONALE DEGLI AGENTI DI COMMERCIO

Regolamento

E' attivato presso il Dipartimento di Economia il Corso di Formazione per l'Aggiornamento Professionale degli Agenti di Commercio iscritti ad Enasarco (Bando Fondazione Enasarco "Contributo spese formazione Agenti" 2017) .

Il Direttore Scientifico del Corso è la Prof.ssa Silvia Ciucciovino, Professore Ordinario di Diritto del Lavoro.

Riferimenti e recapiti della Segreteria del Corso, Dott. Armando Corsi, Tel. 0657335655; Fax, 0657335771; armando.corsi@uniroma3.it.

Obiettivi formativi del Corso

Il Corso intende trasmettere ai partecipanti le nozioni teoriche e le competenze pratiche relative alle seguenti quattro aree disciplinari: a) attitudini relazionali e comunicative; b) marketing e competenze informatiche; c) disciplina giuridico/contrattuale e normativa tecnica; d) competenze linguistiche.

L'esigenza di formazione in queste materie, da parte degli agenti di commercio, è infatti diventata imprescindibile affinché gli stessi possano interpretare in chiave moderna e globale il proprio ruolo. Ciò a fronte di un contesto economico di riferimento sempre più dinamico e globalizzato e di progressiva informatizzazione delle relazioni commerciali.

Il Corso si propone quindi come occasione di formazione avanzata e confronto per quanti svolgono la professione dell'agente di commercio finalizzata al potenziamento delle attitudini comunicative, relazionali, commerciali, informatiche, linguistiche e tecnico-normative.

Platea dei destinatari

Il Corso è riservato agli agenti persone fisiche o soci illimitatamente responsabili di società di persone iscritti ad Enasarco, con anzianità contributiva complessiva di almeno 12 trimestri, di cui 4 trimestri negli ultimi 2 anni (2015-2016).

Articolazione, durata del Corso e frequenza

Il Corso è svolto in modalità didattica in presenza. Ha una durata complessiva di 60 ore ed è articolato in IV moduli.

L'attività didattica consiste in 12 giornate formative di 5 ore ciascuna, nei giorni del venerdì e sabato rispettivamente nelle seguenti fasce orarie 14.00-19.00 e 09.00-14.00.

Ai fini del rilascio dell'attestazione finale si richiede la frequenza di almeno il 75% delle ore di formazione del Corso.

Sono previste 2 edizioni del Corso secondo il seguente calendario:

- a) I° edizione: 23 giugno 2017 – 29 luglio 2017
- b) II° edizione: 13 ottobre 2017 - 25 novembre 2017

Il Dipartimento si riserva la possibilità di attivare ulteriori edizioni del Corso in caso di un numero sufficiente di richieste.

Argomenti e Contenuti

Il Corso è strutturato in IV moduli.

MODULO I MARKETING, TECNICHE DI VENDITA, APPLICAZIONI INFORMATICHE E WEB-MARKETING		ORE
<p>Scopo Il Modulo ha lo scopo di illustrare gli aspetti empirici e attuariali del Marketing strategico con l'implementazione delle tecniche negoziali, nonché di affiancare - alle tradizionali tecniche del Marketing - l'uso dei Social Media Marketing e del Web Marketing come supporti e veicoli di promozione per nuovi contatti e clientele.</p> <p>Finalità La finalità è quella di far acquisire all'agente competenze relative alle strategie del Marketing del prodotto, dell'offerta e della comunicazione con particolare attenzione alla presenza sul Web in termini di promozione, comunicazione, ricerca e sviluppo di potenziali clienti.</p>		17
Contenuti		
1	<p>La <i>customer orientation</i> Il comportamento d'acquisto La segmentazione della domanda "Case history" e lavori di gruppo</p>	4
2	<p>Il vantaggio competitivo Le scelte di differenziazione Le logiche di posizionamento</p>	3
3	<p>Le "4P" ed i concetti di: Product (Prodotto) - Price (Prezzo) - Place (Punto Vendita) - Promotion (Promozione) L'innovazione di prodotto Le logiche di pricing La comunicazione (obiettivi, strumenti e mezzi)</p>	4
4	<p>La <i>shopping experience</i> e i canali distributivi La vendita <i>marketing oriented</i> Customer Satisfaction Management e strumenti di ascolto del cliente.</p>	3
5	<p>L'uso professionale dei principali Social e delle tecniche di Web marketing. Le potenzialità del marketing digitale Dalla visibilità alla vendita (web e social) Cenni sull'utilizzazione degli <i>analytics</i> in chiave di marketing</p>	3
MODULO II – COMUNICAZIONE, EMPOWERMENT PERSONALE E PROGRAMMAZIONE NEUROLINGUISTICA		ORE
<p>Scopo Il Modulo ha lo scopo di orientare l'agente/rappresentante verso la responsabilità inerente la comunicazione interna ed esterna alla propria agenzia. Esso inoltre mira a far comprendere i temi della leadership, della comunicazione interna e del coinvolgimento delle risorse umane, focalizzandosi sul lavoro di gruppo e sull'empowerment, come elementi chiave per perseguire la soddisfazione del cliente, secondo la prospettiva del Total Quality Management.</p> <p>Finalità La finalità è quella di sviluppare e tracciare i rapporti con le parti terze (Personale interno, sub agenti, case mandanti, fornitori e clienti) affinché si possa realizzare una mappatura delle relazioni su base negoziale, su base procedurale e su base legale.</p>		15
Contenuti		
1	<p>La consapevolezza della disciplina legislativa e contrattuale Il ruolo della leadership La comunicazione efficace e la mediazione Il coinvolgimento delle risorse umane: lavoro di gruppo ed empowerment</p>	3
2	<p>Programmazione neurolinguistica I livelli della comunicazione e i sistemi rappresentazionali nell'ascolto empatico Il ricalco e la guida per una comunicazione efficace I meta programmi, come modalità di ascolto e riconoscimento del punto di vista dell'altro Gli elementi base della comunicazione strategica</p>	12

MODULO III – ACCESSO ALLA PROFESSIONE, AGGIORNAMENTI TECNICO-PROFESSIONALI E CERTIFICAZIONE DI QUALITÀ DELLE AGENZIE		ORE 18
<p>Scopo <i>Il Modulo ha lo scopo di perfezionare le conoscenze dell'agente di carattere normativo e gestionale relativo ai profili contrattuali, fiscali e previdenziali tipici del contratto di agenzia, nonché di approfondire sotto il profilo regolativo e operativo la materia della certificazione di qualità dell'agenzia</i></p> <p>Finalità <i>La finalità è quella di rendere consapevoli i discenti delle discipline fiscali, previdenziali, contrattuali proprie della professione sia con riferimento ai diritti ed ai doveri dell'agente di commercio, sia con riferimento al processo di certificazione dell'Agenzia, anche al fine utilizzare gli strumenti operativi progettati per soddisfare gli obiettivi dell'agenzia, per garantire la professionalità ed i risultati nei confronti delle case mandanti e per soddisfare le aspettative dei clienti.</i></p>		
Contenuti		
1	<p>L'ambiente commerciale e l'organizzazione contrattuale</p> <p>Disciplina, strutturale e funzionale del contratto di agenzia nei suoi diversi elementi tipizzanti</p> <p>Il sistema delle fonti e i connessi profili di gerarchia tra le diverse categorie di regole</p> <p>I più recenti interventi in materia della giurisprudenza interna ed europea</p> <p>Forma del contratto</p> <p>Obblighi informativi dell'agente</p> <p>Istruzioni del proponente e diritto alla provvigione</p> <p>Esclusiva e patto di non concorrenza</p> <p>Lo star del credere</p> <p>Recesso dell'agente</p> <p>Indennità di fine rapporto</p> <p>Prescrizione</p> <p>Le vicende fallimentari</p>	3
2	<p>Il contratto di agenzia e le fattispecie limitrofe in ambito lavoristico</p> <p>La disciplina delle controversie giudiziali</p> <p>La certificazione del contratto di agenzia</p>	3
3	<p>Il contesto previdenziale</p> <p>Il regime previdenziale degli agenti di commercio</p> <p>Contributi e prestazioni</p>	2
4	<p>Gli aspetti fiscali connessi all'attività di agente di commercio</p> <p>I rapporti che legano ogni agenzia all'istituto tributario</p> <p>Le somme corrisposte all'agente di commercio</p> <p>L'attività dell'agente di commercio come attività commerciale;</p> <p>Tassazione ai fini IRPEF dei proventi dell'agente a titolo di reddito di impresa</p> <p>Peculiarità della determinazione del reddito d'impresa</p> <p>Il personale alle dipendenze dell'agente di commercio: trattamento e obblighi.</p> <p>L'IRAP e l'attività di agente di commercio: i recenti orientamenti della Corte di cassazione.</p> <p>Rilevanza delle operazioni dell'agente di commercio ai fini IVA.</p> <p>Il caso dei consulenti/promotori finanziari</p> <p>Gli obblighi dichiarativi fiscali dell'agente di commercio</p>	2
5	<p>L'analisi delle risorse (Punti di forza e di debolezza)</p> <p>L'analisi della programmazione (Analisi degli obiettivi parametrati all'analisi del rischio)</p> <p>L'analisi dei dati della qualità (Indicatori di gestione)</p> <p>L'analisi strategica (Business Plan)</p> <p>La certificazione volontaria e gli audit di terza parte</p> <p>Enti di normazione e sistema di accreditamento</p> <p>Gli audit secondo la norma ISO 19011:2011</p>	4
6	<p>La norma ISO 9001:2015</p> <p>Il Sistema di Gestione Qualità secondo la norma ISO 9001:2015: principi e requisiti per la certificazione</p>	4
MODULO IV – COMPETENZE LINGUISTICHE		ORE 10
<p>Scopo <i>Il Corso ha lo scopo di "globalizzare" l'agenzia e l'attività dell'agente attraverso la conoscenza delle lingue straniere, con particolare riferimento all'uso dell'inglese commerciale.</i></p> <p>Finalità <i>La finalità è quella di consentire agli agenti di promuovere contatti con aziende e/o clienti esteri, aumentando la propria penetrazione sui mercati. Inoltre il modulo permette di partecipare a fiere internazionali con una adeguata preparazione linguistica.</i></p>		
Contenuti		

1	Parte teorica I: Potenziamento delle competenze linguistiche e mercato globale	4
2	Parte teorica II: L'inglese commerciale	4
3	Parte Pratica: Esercitazioni individuali e di gruppo	2

Rilevazione presenze e Verifica dei risultati

La rilevazione delle presenze avverrà mediante raccolta delle firme su un apposito registro cartaceo.

Al termine di ciascun modulo verrà somministrato a ciascun corsista un test di autovalutazione dell'apprendimento.

Al termine del Corso verrà somministrato un questionario di rilevazione della *Customer Satisfaction* per analizzare la valutazione dell'azione formativa da parte dei corsisti.

Rilascio dell'Attestato

Al termine del Corso verrà rilasciato dal Dipartimento di Economia un attestato di frequenza. Il rilascio dell'attestato è condizionato al rispetto dell'obbligo minimo di frequenza.

Modalità e condizioni di iscrizione Ai fini dell'iscrizione, i soggetti interessati dovranno presentare alla segreteria amministrativa del Corso (al seguente indirizzo di posta elettronica armando.corsi@uniroma3.it) apposita domanda indirizzata all'attenzione del Direttore del Corso utilizzando il fac-simile di domanda allegato (All. 1) e aderendo alla convenzione quadro con il Dipartimento di Economia per l'erogazione del Corso (All. 2).

L'attivazione del Corso è condizionata al raggiungimento della soglia minima di 15 iscritti.

Il numero massimo di iscritti, per ogni edizione del Corso, è pari a 50.

Quota di Iscrizione

La quota di iscrizione al Corso è stabilita in complessive Euro 1.200,00 oltre IVA di legge.

Le quote di iscrizione non verranno rimborsate in caso di volontaria rinuncia, ovvero in caso di non perfezionamento della documentazione prevista per l'iscrizione al Corso.

Le quote di iscrizione saranno integralmente rimborsate in caso di mancata attivazione del Corso per mancato raggiungimento del numero minimo di iscrizioni previsto.