

### ARTICOLAZIONE DIDATTICA DEL CORSO ITS IX CICLO

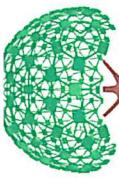
#### "TECNICO SUPERIORE NELLA PROMOZIONE, VALORIZZAZIONE E COMMERCIALIZZAZIONE DEI PRODOTTI LOCALI" SEDE MOLA DI BARI

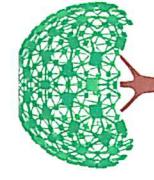
AREA:	ORE AREA	Unità FORMATIVA:	ORE U.F.	MODULI:	CONOSCENZE E COMPETENZE IN USCITA:	Teoria	Pratica	Laboratorio /Visita didattica
TRASVERSALE	75	Orientamento e Bilancio delle Competenze	20	Capacità/Abilità: <ul style="list-style-type: none"> <li>•Individuare i punti di forza del proprio bagaglio di competenze e risorse;</li> <li>•Individuare gli elementi da potenziare/sviluppare, valutandone la spendibilità e trasferibilità in contesti lavorativi;</li> <li>•Elaborare un progetto di sviluppo professionale congruente e realistico in base al progetto formativo;</li> <li>•Saper lavorare in gruppo;</li> <li>•Essere capace di massimizzare l'uso della propria creatività all'interno di un team;</li> <li>•Notare cosa motiva le persone ad agire e cosa invece le blocca;</li> <li>•Capire come gestire le obiezioni;</li> <li>•Comprendere ciò che si dice con il proprio corpo al proprio interlocutore;</li> <li>•Essere capace di massimizzare l'uso della propria creatività;</li> <li>•Acquisire un metodo generale per la risoluzione dei problemi;</li> <li>•Gestire i processi comunicativi e relazionali all'interno e all'esterno dell'organizzazione;</li> <li>•Gestione delle eccezioni;</li> <li>•Acquisire un metodo generale per la risoluzione dei problemi;</li> <li>•Saper conoscere e sviluppare i principi alla base del Team Building;</li> <li>•Saper amalgamare l'insieme dei valori, opinioni, sentimenti, comportamenti per creare un clima positivo;</li> </ul> Conoscenze(Contenuti): <ul style="list-style-type: none"> <li>•Il Progetto Formativo e il Bilancio delle competenze;</li> <li>•Condividere finalità da raggiungere e regole comportamentali;</li> <li>•Orientamento al progetto formativo;</li> <li>•Dal gruppo al gruppo di lavoro: il team building;</li> <li>•La costruzione del team: rischi e opportunità;</li> <li>•Gli stili di comunicazione nel team;</li> <li>•La leadership e il management;</li> <li>•La delega e</li> </ul>	5	15	0	



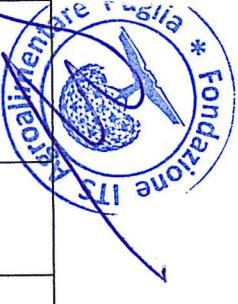


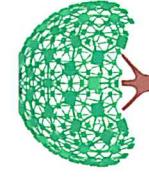
		<p>Capacità/Abilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Imparare cosa vuol dire comunicare; •Gestire i processi comunicativi e relazionali all'interno e all'esterno dell'organizzazione;</li> <li>•Comprendere ed attuare tecniche di comunicazione al fine di evitare fraintendimenti o incomprensioni; •Utilizzare strategie e tecniche di negoziazione con riferimento al settore ortofruttilcolo per rafforzare l'immagine e la competitività aziendale; •Coinvolgimento, engagement, saper superare le crisi, migliorare la conoscenza attraverso discussione e confronto; •Organizzazione e gestione del tempo, uso di strumenti utili per risolvere problemi; •Saper amalgamare l'insieme dei valori, opinioni, sentimenti, comportamenti per creare un clima positivo.</li> </ul>	0			
<b>Comunicazione Interpersonale efficace</b>	<b>25</b>	<p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•La comunicazione efficace; •Gli assiomi della comunicazione; •Gli elementi strutturali del messaggio; •Gli stili di comunicazione; •I tre livelli della comunicazione; •Le relazioni interpersonali efficaci; •L'ascolto attivo; •Le teorie dei bisogni; •L'influenzamento reciproco; •La comunicazione persuasiva; •L'assertività; •Il self marketing; •Cenni di P.N.L. - Programmazione Neuro Linguistica; •Far fronte alle varie obiezioni; •L'influenzamento reciproco; •Come influenzare positivamente i clienti; •Comunicazione persuasiva; •I tre cardini della persuasione; •L'ascolto empatico; •I filtri all'ascolto.</li> </ul>	12,5	12,5	0	





	<p><b>Capacità/Abilità:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>•Capacità di lavorare con spirito e competenze imprenditoriali anche in imprese non proprie;</li><li>•Saper puntare su se stessi e sulle proprie capacità;</li><li>•Capacità di anticipare gli eventi;</li><li>•Spiritò di indipendenza e innovazione.</li></ul> <p><b>Conoscenze (Contenuti):</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>•Concetto di imprenditorività: l'espletamento delle competenze imprenditoriali in ambienti di lavoro non di proprietà;</li><li>•Lo scenario competitivo, i paradigmi gestionali e le competenze;</li><li>•L'evoluzione dello scenario competitivo: turbolenza/caos, complessità, globalizzazione;</li><li>•Evoluzione del sistema organizzativo (strutture, sistemi di gestione, skill, stili direzionali, sistema premiante, valori) e delle competenze: dal modello meccanicistico al modello organicistico. L'azienda rete.</li></ul> <p>Il ruolo dell'ICT;</p> <p>La partecipazione al rischio ed il sistema premiante: gain sharing, stock options.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•Il modello delle "Cinque C" in chiave imprenditoriva: Conoscenze (sapere), Capacità (saper fare), Comportamenti (saper essere), Caratteristiche personali, Contesto della vita imprenditoriale/imprenditoriva;</li><li>•Le conoscenze (sapere): il sapere tecnico/professionale e le componenti di business;</li><li>•Le capacità (saper fare): negoziare, persuadere, comunicare, gestire il tempo, risolvere problemi in modo creativo;</li><li>•I comportamenti (saper essere): individuare/cogliere opportunità, assumere rischi calcolati, esercitare la leadership;</li><li>•Le caratteristiche personali: motivazione, determinazione, indipendenza;</li><li>•Il contesto della vita imprenditoriale; Esperienze pratiche organizzate per favorire il learning by doing;</li><li>•Esperienze di gruppo e per progetti, la soluzione di problemi autentici, e il mentoring;</li><li>•Gestione del rischio, capacità d'apprendere dai propri errori, negoziazione, pensiero critico, iniziativa personale, autonomia.</li></ul>	<p><b>Imprenditorività e Imprenditorialità</b></p> <p>25</p>	<p>0</p> <p>7,5</p> <p>17,5</p>	<p>0</p>



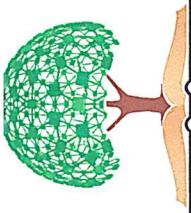


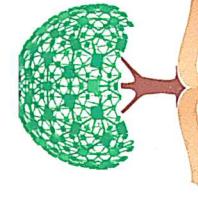
	<p><b>INGLESE - INFORMATICA IMPRESA 4.0</b></p> <p><b>BASE</b></p> <p><b>INGLESE - INFORMATICA IMPRESA 4.0</b></p> <p><b>(BASE)</b></p> <p><b>INGLESE - INFORMATICA IMPRESA 4.0</b></p> <p><b>BASE (NORMATIVE)</b></p>	100	50	0	<p>•Presentare oralmente o in un testo scritto se stessi, l'azienda e i prodotti/servizi che offre. Chiedere e fornire informazioni (problemi di qualità, prezzi, tempi di consegna, pagamenti, logistica, ecc.; •Scrivere fax, memo ed e-mail. Parlare al telefono con un operatore estero. Collocare gli avvenimenti nel tempo (parlare al presente/passato/futuro); •Ripetere un discorso. Gestire una trattativa commerciale con operatori commerciali esteri; •Miglioramento delle competenze linguistiche di lettura, ascolto e parlato</p> <p>Acquisizione di competenze finalizzata ad ottenere il miglior livello di certificazione linguistica.</p>	25	25	0
					<p><b>Capacità/Abilità:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Saper usare i principali software gestionali per le imprese agricole;</li> <li>•Saper riconoscere i paradigmi dei processi di digitalizzazione e comprendere e gestire i principi che modificano il senso ed il significato della strumentazione disponibile; •Acquisire dimestichezza con i sistemi di connessione ed interpretazione dei dati.</li> </ul> <p><b>Conoscenze(Contenuti):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Le nuove tecnologie digitali per le sfide del prossimo futuro; •La 4^ rivoluzione industriale Definizione industria 4.0; •Le tecnologie abilitanti •Conoscenza delle tecnologie agricole e agroalimentari mondiali; •Conoscenza delle tecnologie in Italia; •Posizionamento dei Paesi in Europa; •Tecnologie e competenze; •Ricerca e trasferimento tecnologico; •Formazione; •La fattoria in rete; •Le frontiere della ricerca in Puglia, nel panorama nazionale ed internazionale.</li> </ul>	15	10	0
				25	<p><b>Capacità/Abilità:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Saper individuare la normativa di base e dei principali sistemi di sicurezza alimentare; •Saper interpretare e applicare i principi di base del sistema HACCP; •Saper illustrare i processi produttivi con l'utilizzo di flow-chart; •Saper individuare gli obblighi di legge in materia di tracciabilità; •Saper impiegare i sistemi di rintracciabilità e di autocontrollo come strumento di promozione; •Conoscenza degli obblighi di legge in materia di etichettatura; •Saper impiegare le</li> </ul>	17,5	7,5	





<b>FONDAZIONE ITS</b> ISTITUTO TECNICO SUPERIORE Area "Nuove Tecnologie per il Made in Italy" Sistema Alimentare Sicuro - Produzione Agroalimentare	<p>etichette come strumento di promozione; Conoscere gli obblighi di informazione per la tutela dei consumatori (presenza di additivi, allergeni, ingredienti).</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Regolamento UE Pacchetto;</li> <li>•Igiene I principi del sistema HACCP;</li> <li>•Corso Formazione Alimentarista Redazione di un Manuale di Autocontrollo HACCP;</li> <li>•I flussi produttivi; Norme e sistemi di tracciabilità e rintracciabilità;</li> <li>•Normativa generale e specifica per l'etichettatura;</li> <li>•Principi generali delle informazioni sugli alimenti;</li> <li>•Requisiti generali relativi all'informazione sugli alimenti e responsabilità degli operatori del settore alimentare;</li> <li>•Informazioni obbligatorie e volontarie sugli alimenti;</li> <li>•Normativa sugli allergeni e additivi;</li> <li>•La dichiarazione nutrizionale;</li> <li>•Indicazione e designazione degli ingredienti;</li> <li>•I claim nutrizionali ammessi in etichetta come strumento di valorizzazione.</li> </ul>		<p>Capacità/Abilità:</p> <p>•Saper individuare la normativa di base nazionale e comunitaria di riferimento;</p> <p>•Saper riconoscere le problematiche di tutela con particolare riferimento alle DOP, IGP, STG;</p> <p>•Saper riconoscere i prodotti regionali a denominazione di origine;</p> <p>•Saper riconoscere le caratteristiche di un disciplinare di produzione di un prodotto a D.O;</p> <p>•Saper descrivere un prodotto a Denominazione di Origine dalle indicazioni riportate in un disciplinare di produzione.</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•La normativa di base nazionale e comunitaria delle Denominazioni di Origine;</li> <li>•Le Denominazioni di Origine DOP, IGP e STG;</li> <li>•I prodotti regionali a denominazione di origine;</li> <li>•Le certificazioni di sistema;</li> <li>•Le certificazioni di prodotto;</li> <li>•La certificazione di agricoltura biologica/produzione integrata e biodinamica.</li> </ul>	
<b>Certificazioni di Qualità</b>	<b>25</b>	<b>Denominazioni di tutela dei prodotti agroalimentari</b>	<b>0</b>	<b>10</b>
			<b>15</b>	<b>0</b>





25	<b>Le certificazioni volontarie di sistema e di prodotto</b>	<b>0</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Conoscere le principali certificazioni di sistema/prodotto di interesse per i prodotti agroalimentari regionali; •Saper individuare le certificazioni da utilizzare come strumento di promozione per i beni enogastronomici; •Saper valutare il beneficio/interesse dell'imprenditore/consumatore per una certificazione;</li><li>•Saper individuare certificazioni emergenti di interesse per i consumatori di prodotti enogastronomici; •Le Certificazioni volontarie di sistema e di prodotto; •Le certificazioni ambientali; •Le certificazioni etiche (kosher, halal, vegan); •Le certificazioni nutrizionali/salutistiche (gluten free, lactose free).</li></ul>	10	15
25	<b>L'etichettatura dei prodotti agroalimentari</b>	<b>0</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Conoscenza degli obblighi di legge in materia di etichettatura Conoscenza delle più frequenti sofisticazioni dei prodotti agroalimentari; •Saper impiegare le etichette come strumento di comunicazione e del marketing;</li><li>•Conoscere gli obblighi di legge in materia di etichettatura; e le più frequenti sofisticazioni dei prodotti agroalimentari; •Saper impiegare le etichette come strumento di comunicazione e del marketing;</li><li>•Saper impiegare i sistemi di rintracciabilità e di autocontrollo come strumento di promozione;</li><li>•Conoscenza degli obblighi di legge in materia di etichettatura; •Saper impiegare le etichette come strumento di promozione;</li><li>•Conoscere gli obblighi di informazione per la tutela dei consumatori (presenza di additivi, allergeni, ingredienti); •Normativa generale e specifica per l'etichettatura;</li><li>•Principi generali delle informazioni sugli alimenti Requisiti generali relativi all'informazione sugli alimenti e responsabilità degli operatori del settore alimentare. Informazioni obbligatorie e volontarie sugli alimenti;</li><li>•Normativa sugli allergeni e additivi La dichiarazione nutrizionale Indicazione e designazione degli ingredienti; •I claim nutrizionali ammessi in etichetta come strumento di valorizzazione;</li><li>•Esercitazione con normativa specifica per i prodotti di interesse territoriale.</li></ul>	15	10

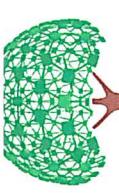




<p><b>Organizzazione e Funzionamento delle Filiere Agroalimentari</b></p> <p>(BASE) <b>FILIERE *</b></p>	<p>Capacità/Abilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Acquisire le conoscenze riguardanti la struttura, l'organizzazione ed il rapporto tra le imprese del sistema agroalimentare; • Saper individuare l'organizzazione di una filiera del sistema agroalimentare regionale, nazionale e internazionale; • Saper riconoscere le forme giuridiche delle imprese; • Saper riconoscere le forme di integrazione e cooperazione di una filiera; • Saper interpretare un bilancio e conto economico</li> </ul> <p>Conoscenze(Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Concetti di base: il sistema agro-alimentare o Agribusiness, i settori o comparti produttivi, le filiere, i distretti territoriali; • Caratteristiche strutturali ed evoluzione dell'agricoltura italiana; • Caratteristiche strutturali ed evoluzione dell'industria alimentare italiana;</li> <li>• Caratteristiche strutturali ed evoluzione della distribuzione alimentare italiana; • La filiera corta; • L'organizzazione logistica; • L'organizzazione delle informazioni; • Tracciabilità e rintracciabilità.</li> </ul>	<p>0</p> <p>17,5</p> <p>7,5</p> <p>0</p>
<p><b>La filiera vitivinicola</b></p> <p>(BASE) <b>FILIERE *</b></p>	<p>Capacità/Abilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscere le peculiarità produttive delle filiere vitivinicole internazionali, nazionali e del territorio; • Saper individuare le coltivar, areali di produzione e sistemi di allevamento viticoli presenti nel territorio regionale; • Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi di vinificazione delle produzioni regionali; • Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni enologiche del territorio.</li> </ul> <p>Conoscenze(Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La situazione vitivinicola mondiale ed europea; • Lo scenario italiano;</li> <li>• La vitivincola pugliese; • L'evoluzione della viticoltura pugliese in relazione al vitigno quale fattore di qualità; • L'attuale quadro strutturale e produttivo; • Gli aspetti economici ed il commercio internazionale; • Le nuove opportunità per la vitivinicoltura pugliese;</li> <li>• Impianto e scelta del materiale di propagazione; • Scelta varietale Forme di allevamento, tecniche di potatura e gestione della chioma;</li> </ul>	<p>5</p> <p>12,5</p> <p>7,5</p> <p>5</p>

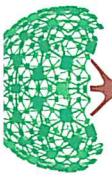


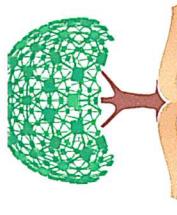
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• La meccanizzazione integrale della viticoltura da vino;</li> <li>• Gestione agronomica: conduzione del suolo, irrigazione, nutrizione;</li> <li>• Maturazione, raccolta e post raccolta;</li> <li>• Tecniche di vinificazione dei vini bianchi, rosati e rossi;</li> <li>• Imbottigliamento e confezionamento;</li> <li>• Immagazzinamento e distribuzione;</li> <li>• Il consumo del vino;</li> <li>• Marketing del vino;</li> <li>• La cooperazione nel settore vitivinicolo;</li> <li>• Disciplinari dei vini D.O.C. e I.G.T. di Puglia;</li> <li>• Legislazione e politiche comunitarie per il settore vitivinicolo.</li> </ul>		
		<p>Capacità/Abilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscere le peculiarità produttive delle principali filiere frutticole internazionali, nazionali e del territorio;</li> <li>• Saper individuare le cultivar, areali di produzione e sistemi di allevamento frutticoli presenti nel territorio regionale;</li> <li>• Saper individuare le caratteristiche distinctive delle produzioni regionali;</li> <li>• Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di uva da tavola e drupacee del territorio;</li> <li>• Saper riconoscere le principali varietà autoctone di specie arboree;</li> <li>• Saper individuare le caratteristiche dei principali prodotti ottenuti dalla varietà</li> </ul> <p>Conoscenze(Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La situazione dell'uva da tavola mondiale ed europea;</li> <li>• Lo scenario italiano ;</li> <li>• La viticoltura pugliese;</li> <li>• L'evoluzione della viticoltura da tavola pugliese in relazione al vitigno quale fattore di qualità;</li> <li>• Le principali specie arboree di interesse agrario: principi di arboricoltura;</li> <li>• Le Drupacee (mandorlo, albicocco, susino, pesco, ciliegio), varietà autoctone ed utilizzati;</li> <li>• Pomacee (pero e melo); varietà autoctone e possibili utilizzi e trasformazioni Gli agrumi: varietà autoctone e possibili trasformazioni Il fico e i fruttiferi minori (Cotogno, azzeruolo, sorbo, nespolo, gelso, noce, melograno, giuggiolo, ecc.); varietà autoctone e possibilità di coltivazione per l'ottenimento di prodotti tradizionali.</li> </ul> <p>Biodiversità delle colture arboree, Valorizzazione delle risorse genetiche autoctone: esempi di aziende che coltivano specie arboree biodiverse. Casi studio.</p>	12,5	5
	25	<p><b>La filiera frutticola</b></p>		



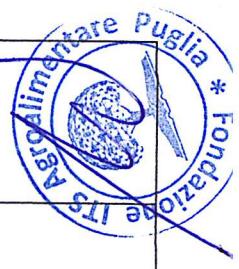


Capacità/Abilità:	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Conoscere le peculiarità produttive delle filiere olivicole-olearie internazionali, nazionali e del territorio; •Saper individuare le coltivar, areali di produzione e sistemi di allevamento olivicoli presenti nel territorio nazionale e regionale; •Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi elaiotecnici delle produzioni regionali; •Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni olearie del territorio.</li> </ul> <p>Conoscenze(Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Evoluzione dell'olivicoltura mondiale, europea e italiana; •Evoluzione dell'olivicoltura pugliese negli ultimi cinquant'anni; •L'attuale quadro strutturale e produttivo; •Gli aspetti economici e il commercio internazionale; •Marketing dell'olio d'oliva; •Le nuove opportunità per l'olivicoltura pugliese; •Le principali coltivar pugliesi e loro areali di produzione; •Aspetti genetici e tecniche di propagazione per piantagioni</li> <li>•Tecniche di produzione; •Tecniche agronomiche e caratteristiche dell'olio d'oliva; •Tecniche di raccolta e post raccolta; •Tecnologia di produzione e di conservazione dell'olio d'oliva; •Imbottigliamento e confezionamento; •Immagazzinamento e distribuzione; •Il consumo dell'olio d'oliva; •Nutrizione e valore biologico; •La cooperazione e l'associazionismo nel settore olivicolo; •Disciplinari degli oli extravergini di oliva DOP di Puglia; •Legislazione e politiche comunitarie per il settore olivicolo-oleario.</li> </ul>	5	12,5	7,5	5



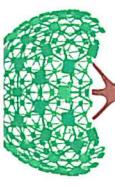


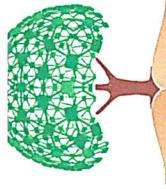
Competenze: •Capacità di gestire la qualità e di garantire la sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti della prima e seconda trasformazione dei cereali durante il processo produttivo; •Capacità di leggere e interpretare gli esiti delle principali analisi per determinare la qualità e la sicurezza igienicosanitaria dei prodotti della prima e seconda trasformazione dei cereali.	Conoscenze (Contenuti): •Moltitura, panificazione e prodotti da forno, pastificazione fresca e secca; analisi dei processi e tecnologia produttiva con attenzione al mantenimento della qualità; •Analisi dei pericoli e dei punti critici di controllo per la garanzia della qualità e della sicurezza alimentare. Normativa specifica di filiera (classificazione legale degli sfarinati, normativa sul pane e sulle paste alimentari); •Analisi di laboratorio specifiche con lettura e interpretazione dei risultati; •Caratteristiche di qualità dei prodotti finiti.	5	12,5	7,5	5		
La filiera dei prodotti cerealicoli e delle leguminose da granella	25	Competenze: •Capacità di gestire la qualità e di garantire la sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti lattiero-caseari durante il processo produttivo; •Capacità di leggere e interpretare gli esiti delle principali analisi per determinare la qualità e la sicurezza igienicosanitaria dei prodotti lattiero-caseari.	Conoscenze (Contenuti): •La materia prima: composizione chimica del latte, equilibri tra fasi e proprietà fisico-chimiche; •Aspetti microbiologici; •Parametri legali di qualità. Il latte per il consumo diretto; •Sicurezza alimentare e necessità dei trattamenti termici per il risanamento; Pastorizzazione, sterilizzazione, tecnologie alternative; •Cenni di impiantistica; •Qualità dei latti per il consumo diretto; La trasformazione del latte in formaggio; •Definizione e classificazione dei formaggi; •Coagulazione acida e presamica del latte; •Le operazioni in caseificio: preparazione del latte, operazioni in caldaia e post-caldaia, la conservazione/stagionatura dei formaggi; •Il siero ed il problema dei	5	12,5	7,5	5





		<p>reflui di caseificio: produzione di ricotta e trattamenti per lo smaltimento/valorizzazione; • I formaggi a pasta filata; • Tecnologia di produzione della mozzarella, della burrata e del caciocavallo; Aspetti di sicurezza e di qualità dei prodotti; • Normativa casearia ed analisi sensoriale</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cenni sulle frodi di interesse caseario; Analisi di laboratorio specifiche con lettura e interpretazione dei risultati.</li> </ul>		
<b>La filiera orticola dei prodotti freschi</b>  <b>La filiera orticola</b>	<b>25</b>	<p>•Conoscere le peculiarità produttive della filiera orticola dei prodotti freschi e gli scenari internazionali, nazionali e del territorio;</p> <p>•Conoscere l'agro biodiversità orticola; •Saper individuare le coltivare e gli ecotipi locali, gli areali di produzione e sistemi di allevamento in pien'aria e in coltura protetta, su suolo e senza suolo. Saper individuare le caratteristiche di qualità; •Saper descrivere le specie orticolte locali, conoscere le esigenze agronomiche.</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Le principali colture ortive della Puglia; •Produzione e gestione del prodotto fresco; •Principi di conservazione degli alimenti; •Tecnologie delle conserve</li> <li>•Aspetti nutrizionali e salutistici delle produzioni; •Conoscere i processi tecnologici per la produzione di prodotti ortofrutticoli freschi;</li> <li>•Il Marketing dei prodotti ortofrutticoli; •La struttura e l'organizzazione della logistica e della distribuzione dei prodotti ortofrutticoli.</li> </ul>	<b>12,5</b>	<b>7,5</b>





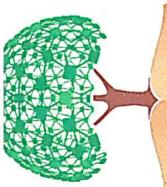
25	<b>La filiera delle orticolte da industria</b>	<p>Capacità/Abilità: •Conoscere le peculiarità qualitative e tecnologiche delle produzioni orticole a destinazione industriale nel rispetto della tutela dell'agro biodiversità prediligendo tecniche di trasformazione innovative e sostenibili; •Conoscere le diverse fasi di produzione e trasformazione dei prodotti orticoli e di monitoraggio e certificazione. Saper individuare le caratteristiche distinctive dei processi per la trasformazione delle produzioni orticole regionali a destinazione industriale; •Saper descrivere le caratteristiche delle orticolte industriali del territorio.</p> <p>Conoscenze(Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•Le principali colture ortive da industria della Puglia;</li><li>•Produzione e gestione del prodotto orticolo da industria; •Principi di conservazione degli alimenti; •Tecnologie delle conserve degli ortaggi;</li><li>•Aspetti nutrizionali e salutistici delle produzioni; •Conoscere i processi tecnologici per la produzione di prodotti ortofrutticoli da industria; •Il Marketing dei prodotti ortofrutticoli; •La struttura e l'organizzazione della logistica e della distribuzione dei prodotti ortofrutticoli.</li></ul>	12,5	7,5	5		
25	<b>La filiera dei prodotti ittici 1</b>	<p>•Conoscere le peculiarità produttive delle filiere ittiche internazionali, nazionali e regionali. Evoluzione del contesto normativo; •Modalità di pesca e qualità del prodotto; •Saper individuare le specie, conoscere gli areali di produzione ed i sistemi di allevamento e di pesca del territorio nazionale, regionale e locale; •Tecniche di conservazione del pesce fresco; •Conoscere i processi di conservazione e trasformazione del prodotto ittico e i sistemi di packaging innovativi; • Conoscere le caratteristiche quanti-qualitative e salutistiche delle produzioni ittiche fresche e trasformate al fine di certificare il prodotto ittico locale.</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p>	12,5	7,5	5		

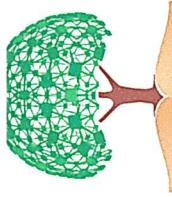
		<ul style="list-style-type: none"> <li>•Acquacoltura: analisi dei processi; •Buone pratiche di produzione ed igieniche; • Normativa specifica di filiera; •Le zone FAO.</li> </ul>		
		<p><b>Approfondimento Filiera Ittica (Profilo Mare)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Saper valorizzare il pescato locale fresco, conservato e trasformato, attraverso un'azione sinergica con la ristorazione, la refezione scolastica ed i principali canali di commercializzazione, al fine di progettare una filiera di vendita a km 0; •Saper sviluppare percorsi di pesca turistica ecosostenibile tra "saperi e saperi", in cui sfruttare le risorse ittiche nel rispetto della biodiversità creando fonti di reddito alternative e destagionalizzate (fermo biologico).</li> </ul> <p>Conoscenze (contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Lavorazione dei prodotti ittici, trattamento con il freddo, preparazione, trasformazione; •Modalità di vendita: prodotti sfusi, prodotti confezionati, etichettatura, valutazione della freschezza;</li> <li>•Parametri principali, parametri ausiliari; •Le frodi più diffuse;</li> <li>•Conservazione a casa.</li> </ul> <p>Competenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Sapere i ruoli complementari che l'agricoltura svolge all'interno della società, in aggiunta al suo ruolo di produttore di cibo.</li> </ul> <p>Conoscenze (contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•La multifunzionalità in agricoltura: il concetto di multifunzionalità; La multifunzionalità in agricoltura: le principali funzioni e servizi ecosistematici dell'agricoltura; •La multifunzionalità nelle politiche agricole: biodiversità, ecosistemi naturali e paesaggio; •L'azienda agricola multifunzionale: tipologie d'azienda multifunzionali; •Diversi approcci alla multifunzionalità: fattorie didattiche (caso studio). Marketing agrituristico tramite internet (booking on-line); •Diversi approcci alla multifunzionalità: agricoltura sociale e agriturismo (caso studio); •Esperienze di turismo di comunità e di cooperativa paese;</li> <li>•Cooperative di comunità (caso studio).</li> </ul> <p>Capacità/Abilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Conoscere le peculiarità produttive delle filiere zootecniche da carne</li> </ul>	5	12,5
	25	<p><b>Approfondimento Produzioni di Aziende Agricole Multifunzionali (Profilo Terra)</b></p>	7,5	7,5
	25	<p><b>La filiera dei prodotti carnei</b></p>	5	5





	<p>internazionali, nazionali e del territorio; •Conoscere le peculiarità produttive delle filiere casearie internazionali, nazionali e del territorio; •Saper individuare le specie/razze, areali produzione e sistemi di allevamento per la produzione di carne e derivati del territorio nazionale e regionale; •Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi zootecnici per l'allevamento e trasformazione dei prodotti carnei presenti nelle produzioni regionali; •Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di carne e derivati del territorio; •Saper individuare le razze, areali di allevamento e sistemi zootecnici per la produzione di latte e derivati presenti nel territorio nazionale e regionale; •Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di latte e derivati presenti nelle produzioni regionali; •Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di latte e derivati presenti nelle produzioni regionali.</p> <p>Conoscenze(Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•La situazione zootecnica mondiale ed europea; •Lo scenario italiano;</li> <li>•La zootecnia pugliese; •L'attuale quadro strutturale e produttivo; •Gli aspetti economici ed il commercio internazionale, nazionale e territoriale; •Le nuove opportunità per la zootecnia pugliese; •Aspetti genetici e tecniche di allevamento; •Aspetti di benessere animale negli allevamenti intensivi, semintensivi e brado; •Aspetti organolettici delle produzioni di carne e di latte in riferimento al territorio; •Conoscenze delle produzioni tipiche lattiero- caseari e della carne e lavorati e trasformati; •Conoscenze dei vari processi di lavorazione e trasformazione dei prodotti lattiero-caseari; •Conoscenze dei vari processi di lavorazione e trasformazione dei prodotti a base di carne; •Conoscenze delle lavorazioni tipiche lattiero caseari e della carne; •conoscenze delle tecniche di stagionatura e conservazioni dei lavorati lattiero-caseari e carne; •Il consumo dei prodotti lattiero-caseari e della carne; •Aspetti nutrizionali; •Cooperazione nel settore della zootecnia e nel comparto della lavorazione e trasformazione; •Disciplinari di produzione e lavorazione DOP, IGT; •Legislazione e politiche comunitarie nel settore zootecnico e relativo comparto di</li> </ul>			





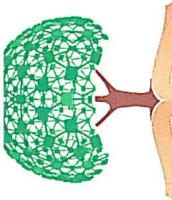
			lavorazione e trasformazione.			
		Potenziamento Filiera (profilo Terra)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Approfondimento sulle principali aziende che operano nelle filiere agroalimentari;</li> <li>•Specializzazione in materie prime, produzione, marketing del settore agroalimentare;</li> <li>•Tecnologie della produzione agroalimentare;</li> <li>•Supply chain, logistica e trasporti dei prodotti agroalimentari;</li> <li>•Marketing del Made in Italy agroalimentare;</li> <li>•Customer care e customer relationship;</li> <li>•Normativa di settore.</li> </ul>	5	7,5	12,5
	25	Potenziamento Filiera (profilo Mare)	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Approfondimento sulle principali aziende che operano nel settore ittico;</li> <li>•Capacità di gestire la qualità e di garantire la sicurezza igienico-sanitaria dei prodotti ittici;</li> <li>•Capacità di leggere e interpretare gli esiti delle principali analisi per determinare la qualità e la sicurezza igienicosanitaria dei prodotti ittici;</li> <li>•Analisi di laboratorio specifiche con lettura e interpretazione dei risultati. Analisi dei pericoli e dei punti critici di controllo per la garanzia della sicurezza alimentare;</li> <li>•Aspetti ambientali;</li> <li>•La gestione del banco pesce in un punto vendita;</li> <li>•La gestione degli ordini e degli acquisti per garantire qualità e freschezza del prodotto;</li> <li>•Il controllo ufficiale nel punto vendita.</li> </ul>	5	7,5	12,5
		TECNICHE DI PROMOZIONE E VALORIZZAZIONE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capacità/Abilità:</li> <li>•Comprendere (ascoltare ed elaborare) testi orali su argomenti relativi all'enogastronomia;</li> <li>•Comprendere (leggere ed elaborare) testi scritti su trattati di enogastronomia, distinguendo le diverse fonti informative e disponendo di un proprio "vocabolario"</li> <li>•Personale ampio e articolato Interagire in conversazioni (orali) e comunicazioni (scritte) relative ad argomenti enogastronomici;</li> <li>•Esporre oralmente descrizioni e presentazioni su argomenti dell'agroalimentare, sviluppandone e supportandone i contenuti con approfondimenti;</li> <li>•Produrre testi scritti su argomenti del sistema agroalimentare, comparando e sintetizzando informazioni provenienti da fonti diverse.</li> <li>Conoscenze(Contenuti):</li> <li>•Le filiere produttive dei prodotti agroalimentari in Lingua Inglese;</li> <li>•Acquisizione di un vocabolario variiegato per comprendere ed utilizzare termini specifici del settore.</li> </ul>	0	22,5	27,5

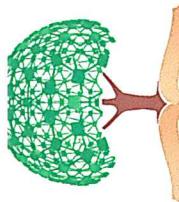


				esprimersi nel settore agroalimentare.			
				Capacità/Abilità: •Conoscere strumenti, opportunità e modelli per la creazione di impresa; •Conoscere le principali incombenze a carico dell'imprenditore; <b>•Conoscere e rappresentare gli scenari di sviluppo per lo start up di impresa.</b> <b>Conoscenze/(Contenuti):</b> •Acquisire consapevolezza degli elementi necessari alla creazione di una impresa e della loro importanza (a seconda del tipo di impresa).	17,5	7,5	0
				Capacità/Abilità: •Saper gestire la comunicazione nelle diverse fasi: Analisi, Pianificazione, Attuazione e Controllo ;•Saper redigere un piano di comunicazione integrata (on line e off-line); <b>•Saper definire gli obiettivi di comunicazione;</b> <b>•Saper individuare i target di comunicazione;</b> <b>•Saper impostare un cronoprogramma di comunicazione;</b> <b>•Saper impostare un budget di comunicazione;</b> <b>•Saper impostare correttamente una strategia di comunicazione aziendale;</b> <b>•Saper analizzare i risultati della comunicazione;</b> <b>Conoscenze (Contenuti):</b> •Saper distinguere campagne di comunicazione Istituzionale e Commerciale; <b>•Saper distinguere azioni di comunicazione interna ed esterna;</b> <b>•Saper distinguere campagne di comunicazione analoghe e digitali;</b> <b>•Conoscere gli strumenti di comunicazione e le relative caratteristiche: la pubblicità, le sponsorizzazioni, il direct marketing, le relazioni pubbliche, le promozioni;</b> <b>•Conoscere le azioni di comunicazione non convenzionale (guerrilla marketing, ambient marketing, ecc.);</b> <b>•Conoscere i target di comunicazione e i target di marketing;</b> <b>•Conoscere gli obiettivi di comunicazione;</b> <b>•Conoscere gli strumenti per il monitoraggio dei risultati delle azioni di comunicazione.</b>	17,5	7,5	0
			<b>Giornalismo e Comunicazi</b>	Capacità/Abilità: •Conoscenza di tecniche e pratica giornalistica; <b>•Conoscere l'importanza delle materie prime, storia dei prodotti e dei produttori,</b>	10	10	5



<b>one Agroalimentare</b>	<p>la ristorazione in Italia e all'estero, l'editoria agricola e agro-alimentare e agro-industriale; •Saper realizzare un corretto giornalismo alimentare: 1) Consultare in modo approfondito la fonte. 2) Leggere e capire. 3) Contestualizzare il senso della notizia (cogliendo le novità rispetto a quello che già si conosce). 4) Fare attenzione alla scrittura sintetica della notizia.</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Il linguaggio giornalistico, l'attacco, le 5W, il presente storico, la titolazione e il lavoro al desk, l'intervista, il mondo editoriale e la lettura critica dei giornali, la filosofia della comunicazione, il giornalismo online, la struttura di un giornale, elementi di storia, geografia e antropologia del territorio.</li> </ul>			
<b>25</b>	<p><b>Food Blogger</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Conoscere il modello di business di un Blog; •Imparare le tecniche della scrittura efficace per Internet; •Imparare a scrivere testi da zero e a revisionare testi di altri; •Imparare a realizzare foto e video professionali adatti a Internet; •Conoscere i fondamenti di food management consapevole e sostenibile; •Gestire un Blog sicuro e indicizzato con Wordpress; •Imparare a trasformare l'idea in un progetto; •Conoscere le materie prime e prodotti agroalimentari tipici pugliesi; •Conoscere la stagionalità delle produzioni primarie e delle tradizioni agroalimentari.</li> </ul>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>0</b>





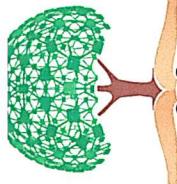
25	<b>Food Design</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Conoscere la progettazione e la comunicazione del food;</li><li>•Conoscere dei processi delle modalità e degli ambienti dove i prodotti agroalimentari sono elaborati, distribuiti e consumati;</li><li>•Saper analizzare i prodotti agroalimentari dal punto di vista estetico, comunicativo e rappresentativo, attraverso forme colorate comunicazione di saperi e odori;</li><li>•Saper identificare un prodotto e come utilizzarlo.</li></ul> <p>Conoscenze (contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•Food studies (elementi di storia e cultura del cibo);</li><li>•Creatività e management (nuovi trend e nuovi stili di vita che si riflettono sui concept e sugli oggetti legati al cibo);</li><li>•Project Design4Food (utilizzo di software per la progettazione e il fotoritocco come Autocad, Rhinoceros, Illustrator e Photoshop).</li></ul>	10	15	10	15	0	
25	<b>Laboratorio di Aspetti Nutraceutici e Salutistici dei prodotti locali</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>•Conoscenza delle proprietà organolettiche, nutraceutiche, salutistiche e igienico-sanitarie dei prodotti agroalimentari locali;</li><li>•Valorizzazione di prodotti tipici della dieta mediterranea e loro impiego a fini salutistici e nutraceutici.</li></ul>	0	0	0	0	25	
25	<b>Turismo esperienziale</b>	<p>Competenze:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•Conoscere e promuovere un'offerta turistica esperienziale o di trasformare una semplice offerta turistica in offerta esperienziale culturale in senso stretto (Full Cultural Experience).</li></ul> <p>Conoscenze (contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•Turismo: concetti base;</li><li>•Differenza tra turista ed "escursionista";</li><li>•Il Turismo Integrato (servizi, prodotti, territorio);</li><li>•Le varie tipologie del turismo, Il Turismo Culturale, Il Concetto di "esperienza";</li><li>•Dall'esperienza all'offerta esperienziale;</li><li>•Offerta esperienziale in senso lato e in senso stretto: le differenze, Le origini del turismo esperienziale;</li><li>•Turismo esperienziale e rapporto con il territorio (natura, enogastronomia, artigianato);</li><li>•Differenza tra offerta esperienziale e turismo esperienziale;</li><li>•Come trasformare una semplice offerta turistica in offerta esperienziale, Configurazioni dei</li></ul>	5	15	5	15	5	



		sistemi di offerta esperienziale (Punto-Punto, Pacchetto, Rete); • Esempi di offerta esperienziale; • Promozione delle offerte esperienziali; • La promozione attraverso le piattaforme web.		
25	Documentarista	<p>Competenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fornire le nozioni di base sul linguaggio e le tecniche del documentario;</li> <li>• Stimolare la riflessione sulla narrazione documentaristica;</li> <li>• Avviare gli allievi ad un percorso produttivo professionale attraverso il confronto con i collaboratori ed il lavoro in troupe;</li> <li>• Formare troupe di allievi in un'esperienza di lavoro che conclusa l'esperienza corsistica, ricostituirsi in nuovi progetti comuni;</li> <li>• Dare ad ogni allievo la possibilità di partecipare alla realizzazione di un documentario professionale.</li> </ul> <p>Conoscenze (contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscere l'idea narrativa (di cosa parla il documentario);</li> <li>• Conoscere gli obiettivi che si vogliono raggiungere (che cosa intende esprimere);</li> <li>• Conoscere l'approccio visivo saper usare i materiali d'archivio: fotografie, filmati, giornali;</li> <li>• Conoscere le tecniche di ripresa, conoscere le ipotesi di sviluppo (come ci si mette al lavoro e cosa si fa per poter realizzare il progetto: persone da contattare, luoghi da utilizzare, etc.);</li> <li>• L'importanza di un titolo (e di un sottotitolo).</li> </ul>	5	15

<b>(TECNICO PROFESSIONALE E) MARKETING AGROALIMENTARE</b>	<b>188</b>	<b>Principi di marketing</b>	<b>25</b>	<p><b>Competenze:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper definire il marketing;</li> <li>• Saper attuare il concetto di marketing secondo un orientamento di un'impresa;</li> <li>• Capire l'importanza della costruzione di relazioni con il cliente;</li> <li>• Saper individuare le principali funzioni che fanno parte del processo di marketing management;</li> <li>• Saper descrivere il processo di pianificazione strategica;</li> <li>• Saper spiegare in che modo le risorse e le opportunità di un'organizzazione influenzano il processo di pianificazione strategica;</li> <li>• Saper esaminare i diversi livelli della strategia (corporate, di business e funzionale-di marketing);</li> <li>• Saper distinguere il diverso ruolo dei livelli strategico e operativo del marketing;</li> <li>• Saper interpretare i dati e redigere un report;</li> <li>• Saper comprendere l'importanza della coerenza del marketing mix rispetto al posizionamento e al target;</li> <li>• Saper effettuare la scelta delle politiche di prodotto/servizio, delle politiche di prezzo, di comunicazione e di distribuzione più opportune al raggiungimento degli obiettivi di marketing dell'impresa.</li> </ul> <p><b>Contenuti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definizione di marketing, Value driven marketing, Marketing management Il processo di formulazione della strategia di marketing;</li> <li>• Dalla missione al piano operativo di marketing;</li> <li>• I livelli della strategia;</li> <li>• Il livello strategico e il livello operativo del marketing;</li> <li>• Pianificazione di marketing: obiettivi, contenuti, processo;</li> <li>• Le analisi per il piano di marketing: Domanda, potenziali di mercato, macro segmenti, fattori di variazione, domanda per l'impresa;</li> <li>• Struttura competitiva, strategie di mercato tipiche ed emergenti; intelligence sui concorrenti;</li> <li>• Analisi della quota di mercato, previsioni delle vendite, dei costi e dei risultati economici di prodotto;</li> <li>• Definizione degli obiettivi e valutazioni economiche riferite alle diverse scelte di marketing;</li> <li>• Formazione del piano di marketing e del budget;</li> <li>• Valutazione dei risultati economici attesi.</li> </ul>	<b>17,5</b>	<b>7,5</b>	<b>0</b>

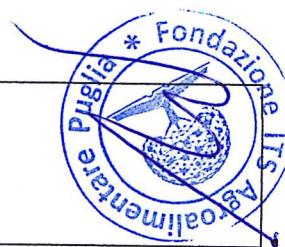




		<p><b>Marketing territoriale</b></p> <p>25</p> <p>Competenze:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•Capacità di innescare micro progetti per la valorizzazione del territorio e dei beni enogastronomici, attraverso azioni strategiche mirate, identificando i trend rilevanti nella domanda e nell'offerta e le tecniche di branding legate al territorio.</li></ul> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"><li>•L'applicazione del marketing al territorio: principi base e nodi concettuali. Il territorio come rete di soggetti ed entità vitale complessa; •Le determinanti dell'attrattività del territorio; •Qualità e reputazione dei territori; •Significati e dinamiche della competizione tra territori; •La complessità delle relazioni sistemiche territoriali; •Il marketing territoriale come strumento per dipingere, comunicare e migliorare l'identità di un territorio; •La costruzione di un piano di marketing territoriale; •Agire e fare, componenti essenziali di un'azione sistemica sul territorio. La comunicazione del territorio; •L'identità territoriale; •Gli attori del sistema territoriale; •La valenza strategica delle specificità e delle potenzialità locali quali valori dello sviluppo economico di un territorio; •Diagnosi e potenzialità del territorio; •Il territorio come Sistema territoriale locale. La politica economica locale. Pianificazione strategica: il project design territoriale; •il marketing territoriale esterno ed il marketing territoriale interno; •Politiche di attrazione degli investimenti e di valorizzazione delle vocazioni produttive locali, con particolare riferimento ai beni enogastronomici.<p>0</p><p>17,5</p><p>7,5</p><p>0</p></li></ul>		



Competenze:	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Ottimizzare il marketing e la comunicazione aziendale attraverso l'utilizzo efficace dei social network e le altre diverse applicazioni del web 2.0;</li> <li>•Potenziare il rapporto con clienti, fornitori e partner attraverso le nuove applicazioni di internet;</li> <li>•Utilizzare nuovi strumenti di sostegno alla vendita e alla customer satisfaction nel settore agroalimentare;</li> <li>•Utilizzare il web 2.0 anche in prospettiva crowdsourcing.</li> </ul> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Il Piano di Comunicazione Integrata;</li> <li>•Le principali tipologie di Social Network;</li> <li>•La progettazione delle pagine aziendali e personali sui social network: Facebook, Twitter, Youtube, LinkedIn, Slideshare, Pinterest, Flickr, Instagram, About Me, Google+;</li> <li>•Come si creano le campagne di advertising sui social media Una grande opportunità in arrivo: Il Social Commerce Focus sugli strumenti di Facebook: Profilo Personale e Pagina;</li> <li>•Il racconto della nostra storia personale e aziendale;</li> <li>•Il pannello di controllo della Pagina Facebook, Gli insights, I gruppi, Gli eventi, Le note;</li> <li>•Come si crea una campagna di comunicazione Promoted Post, Offerte, Canvas, Promoted Event, Incremento dei fan, Uso di applicazioni;</li> <li>•Come mostrare i nostri promoted post alle nostre liste di clienti Misurare le performance delle nostre pagine social: i social analytics Scelta del Target e Posizionamento La condivisione di contenuti testuali, audio, foto, video Promuovere la nostra impresa su Google: - Google My Business - Google Maps - Google Business View - Google Alert - Google Map Maker - Google Photo - Google Shopping</li> <li>•STORTELLING: raccontare in maniera efficace le nostre competenze;</li> <li>•Come si costruisce un Piano Editoriale. Gli strumenti per realizzare campagne di Email Marketing, Newsletter, SMS Multimediali. Come leggere e creare i QR Code Le Digital Public Relations L'Ufficio Stampa online</li> <li>•Come creare relazioni efficaci con gli stakeholders;</li> <li>•L'organizzazione di eventi on line: la piattaforma Eventbrite;</li> <li>•La Social media Policy Come gestire le crisi: Crisis Communication.</li> </ul>	25	25	7,5	0





25	<b>Writing</b>	<p>Capacità/Abilità:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper profilare l'utente di riferimento e i suoi bisogni;</li> <li>• Saper utilizzare le giuste tecniche di scrittura persuasiva (online e offline), a seconda dell'obiettivo aziendale e dei bisogni dell'utente di riferimento, per comunicare al meglio l'impresa ed il prodotto agroalimentare;</li> <li>• Essere in grado di attrarre l'attenzione dell'utente di riferimento attraverso titoli ed incipit accattivanti;</li> <li>• Saper utilizzare i "booster" (ovvero le parole che aumentano il risultato) per invitare all'azione l'utente;</li> <li>• Comprendere i meccanismi della ripresa sociale.</li> </ul> <p>Conoscenze(Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Profilazione dell'utente di riferimento;</li> <li>• I 6 cardini della persuasione;</li> <li>• Tecniche di scrittura persuasiva;</li> <li>• I "booster".</li> </ul>	5	20	0
25	<b>Laboratorio di Analisi di Mercato</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conoscere le diverse tipologie di ricerche di marketing;</li> <li>• Saper realizzare una ricerca on desk e on field;</li> <li>• Conoscere la mappa relativa alle diverse fonti di informazione per la realizzazione delle ricerche on desk per il settore agroalimentare;</li> <li>• Saper predisporre un questionario finalizzato alla realizzazione della ricerca di mercato;</li> <li>• Saper strutturare un campione significativo;</li> <li>• Elaborare i dati della ricerca; Saper interpretare i dati e redigere un report;</li> </ul>	0	0	25

			<p><b>Strategie di internazionalizzazione</b></p> <p>25</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Conoscere come essere operativi sui mercati esteri; •Il marketing internazionale e l'organizzazione delle vendite; •Conoscere il contesto giuridico internazionale; •Conoscere le Tecniche di commercio estero. PROJECT WORK - Gestire una vendita all'estero: dal contratto di compravendita alla redazione degli adempimenti fiscali; •Conoscenze (contenuti); •Impresa e mercati internazionali, Internazionalizzazione delle imprese italiane, Gli obiettivi dell'internazionalizzazione, Agevolazioni per l'internazionalizzazione delle imprese, Incentivi per i programmi di penetrazione commerciale; •Il contratto internazionale: negoziazione e redazione, Common Law e Civil Law, Aspetti doganali e dei trasporti all'estero, Introduzione, Sistemi di pagamento Internazionali.</li> </ul>	<p>15</p> <p>10</p> <p>0</p>

