

UNITA' FORMATIVA:	ORE	CONOSCENZE E COMPETENZE IN USCITA:	Teoria	Pratica	Laboratorio/Visita didattica	Annualità
<b>Le filiere dei prodotti cerealicoli e delle leguminose da granella</b>	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere cerealicole internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le varietà, areali di produzione e sistemi di coltivazione dei prodotti cerealicoli presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione della pasta e dei prodotti da forno delle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di pasta e prodotti da forno del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti cerealicoli, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p> <p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere delle leguminose da granella internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le varietà, areali di produzione e sistemi di coltivazione delle leguminose da granella presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione dei prodotti derivati dalle leguminose da granella delle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni dei derivati delle leguminose da granella del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti delle leguminose da granella, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10	0	1
<b>Strategie di Branding</b>	25	<p>Comprendere il concetto di brand e la sua importanza nel contesto digitale agroalimentare</p> <p>Riconoscere gli elementi fondamentali dell'identità di marca: logo, colori, tono di voce, valori, storytelling territoriale</p> <p>Conoscere come trasmettere autenticità e fiducia attraverso i contenuti online (foto, descrizioni, video, recensioni)</p> <p>Conoscere i principi di brand positioning e differenziazione nel mercato e-commerce</p> <p>Comprendere come costruire coerenza visiva e comunicativa tra sito, social network, marketplace (Amazon, Shopify)</p> <p>Conoscere le strategie base di brand awareness: campagne sponsorizzate, influencer marketing, newsletter e collaborazioni locali</p> <p>Riconoscere il valore del territorio, della sostenibilità e della tracciabilità come leve distintive del branding agroalimentare</p> <p>Accennare all'uso dell'Intelligenza Artificiale per la creazione e personalizzazione dei contenuti di marca</p>	15	5	5	1
<b>SEO (Search Engine Optimization) e SEM (Search Engine Marketing)</b>	25	<p>Conoscere le tecniche per ottimizzare la visibilità dei siti web sui motori di ricerca. Copre le strategie di marketing sui motori di ricerca, incluse le campagne PPC (Pay-Per-Click)</p> <p>Conoscere e saper fare una ricerca e pianificazione di parole chiave</p> <p>Conoscere e saper svolgere un Audit SEO di base su un sito esistente, utilizzando Google Search Console e SEMRUSH</p> <p>Conoscere e saper fare content editing con Wordpress. Utilizzo avanzato di un Back End Wordpress</p> <p>Conoscere e saper implementare e utilizzare la console Google Analytics per il monitoraggio del traffico al sito e per analizzare le conversioni</p> <p>Conoscere e saper pianificare, impostare e gestire campagne in rete ricerca su Google Adwords, incluso lo studio delle parole chiave; Saper identificare i macrotemi e il disegno di mappe tematiche</p> <p>Saper reperire informazioni e materiali per la stesura di articoli, e valutazione della notiziabilità degli eventi aziendali</p> <p>Saper utilizzare gli strumenti del monitoraggio (Google Alert), gli aggregatori (Feedly, Inoreader) e i social networks (Reddit, Medium) per l'individuazione di correnti tematiche e il reperimento di contenuti</p> <p>Saper progettare la struttura dei contenuti di un sito web su principi SEO</p>	15	5	5	1

<b>Strategie di Pricing per e-commerce</b>	25	<p>Comprendere i principi base del pricing online e le differenze rispetto alla vendita tradizionale          Saper analizzare i fattori che influenzano il prezzo nel settore agroalimentare: qualità, origine, confezionamento, logistica, posizionamento di marca          Conoscere le strategie di prezzo più comuni:          -Penetration pricing (prezzi competitivi per entrare nel mercato)          -Premium pricing (valorizzazione del prodotto di qualità o di origine certificata)          -Dynamic pricing (adeguamento automatico in base a domanda e concorrenza, es. Amazon)          -Bundle e scontistiche mirate (promozioni stagionali, box degustazione, fidelity)          Saper definire una politica di prezzo coerente con la strategia di marca e con i canali di vendita (Shopify, Amazon, marketplace, B2B)          Comprendere l'uso base di strumenti digitali di monitoraggio prezzi e competitor analysis          Conoscere gli aspetti legali e di trasparenza legati alla comunicazione del prezzo e alle offerte online</p>	15	10	0	1
<b>Customer Relationship Management (CRM)</b>	25	<p>Conoscere l'utilizzo dei sistemi CRM per gestire le relazioni con i clienti          Comprendere il concetto di CRM e il suo ruolo nella gestione dei rapporti con i clienti online          Conoscere le funzioni principali di un sistema CRM: raccolta dati, segmentazione clienti, gestione contatti, fidelizzazione          Conoscere i principali strumenti digitali di CRM integrabili con le piattaforme e-commerce (Shopify, Amazon, HubSpot, Zoho, Mailchimp)          Saper organizzare e analizzare i dati dei clienti per migliorare l'esperienza d'acquisto e personalizzare le comunicazioni          Comprendere le strategie di fidelizzazione più efficaci nel settore agroalimentare: programmi loyalty, subscription box, comunicazioni post-acquisto          Conoscere l'uso dell'Intelligenza Artificiale nel CRM: automazione dei flussi di comunicazione, assistenza clienti virtuale, analisi predittiva dei comportamenti          Saper valorizzare la relazione diretta e di fiducia con il consumatore come elemento distintivo del brand agroalimentare</p>	15	5	5	2
<b>Innovazione e Tecnologie Emergenti nel Marketing: Sviluppo di App per l'Agroalimentare e Marketing Automation</b>	25	<p>Conoscere le nuove tecnologie e innovazioni che influenzano il marketing digitale; lo sviluppo di applicazioni mobile specifiche per il settore agroalimentare ed il Marketing Automation per ottimizzare le campagne di marketing          Conoscere le tecnologie emergenti nel marketing          Saper integrare nuove tecnologie nelle strategie di marketing          Saper valutare l'impatto delle innovazioni tecnologiche          Saper pianificare lo sviluppo di un'app          Saper collaborare con sviluppatori di app          Saper promuovere e gestire un'app agroalimentare          Saper utilizzare le piattaforme di marketing automation per ottimizzare le campagne di marketing          Saper configurare sistemi di marketing automation          Saper creare flussi di lavoro automatizzati          Saper analizzare i risultati delle campagne automatizzate</p>	5	10	10	2
<b>Laboratorio Piano di Marketing Digitale</b>	30	<p>Saper effettuare delle scelte di prodotto, prezzo, comunicazione e distribuzione in relazione a rilevazioni effettuate sui consumatori, sui competitors e sui mercati obiettivo          Saper analizzare i dati usando fogli di lavoro in Excel e principali formule statistiche          Conoscere il Marketing Plan quale strumento programmatico ed applicativo delle decisioni strategiche ed operative del marketing          Saper scegliere efficacemente strategie di marketing e la relativa implementazione operativa          Saper definire e descrivere le azioni di marketing operativo          Conoscere le modalità di impostazione di un piano di marketing e le modalità e i criteri di scelta di tempi, modi e budget</p>		5	25	2