

Articolazione didattica del Corso ITS biennio 2023-2025
"Tecnico Superiore per la Valorizzazione e Promozione dei Prodotti Agroalimentari"
(Acronimo: VALPROMO)

AREA:	ORE AREA	UNITA' FORMATIVA:	ORE	CONOSCENZE E COMPETENZE IN USCITA:	Teoria	Pratica	Laboratorio/Visita didattica	Stage	Annualità
TRASVERSALE	125	Accoglienza e Presentazione del Progetto Formativo	5	Conoscenza del Sistema di Qualità della Fondazione ITS Agroalimentare Puglia Conoscenze delle finalità e del programma analitico del progetto formativo	5				1
		Orientamento e Bilancio delle Competenze	20	Saper distinguere le hard e soft skill necessarie per ottimizzare la performance lavorativa Saper individuare i punti di forza del proprio bagaglio di competenze e risorse, gli elementi da potenziare/sviluppare, valutandone la spendibilità e trasferibilità in contesti lavorativi Saper elaborare un progetto di sviluppo professionale congruente e realistico in base al progetto formativo Sviluppare il proprio Progetto Formativo e Bilancio delle competenze. In particolare: .- Essere consapevoli delle proprie competenze trasversali, attraverso la consapevolezza della conoscenza di sé e dell'atteggiamento mentale con il quale si affrontano le situazioni della vita .- Acquisire consapevolezza sui propri stili cognitivi .- Acquisire un metodo generale per la risoluzione dei problemi .- Essere capace di massimizzare l'uso della propria creatività .- Saper lavorare in gruppo .- Saper conoscere e sviluppare i principi alla base del Team Building .- Gestire i processi comunicativi e relazionali all'interno e all'esterno dell'organizzazione .- Notare cosa motiva le persone ad agire e cosa invece le blocca, anche in riferimento alla propria spinta motivazionale .- Saper amalgamare l'insieme dei valori, opinioni, sentimenti, comportamenti per creare un clima positivo	10	10			1
		Comunicazione Interpersonale efficace	25	Imparare cosa vuol dire comunicare efficacemente Conoscere gli assiomi della comunicazione, i tre livelli della comunicazione gli stili di comunicazione Gestire i processi comunicativi e relazionali all'interno e all'esterno dell'organizzazione Comprendere in che modo si comunica con noi stessi e con gli altri per far arrivare il proprio messaggio senza fraintendimenti o incomprensioni Saper individuare e mettere in atto tecniche di ascolto attivo Utilizzare strategie per la gestione dei conflitti e tecniche di negoziazione Coinvolgimento, engagement, saper superare le crisi, migliorare la conoscenza attraverso discussione e confronto Gestire e superare le obiezioni, anche attraverso l'utilizzo della comunicazione persuasiva Conoscere ed attuare le regole del Public Speaking	10	15			1
		Imprenditività e Imprenditorialità	25	Conoscere il concetto di imprenditività e saper lavorare con spirito e competenze imprenditoriali anche in imprese non proprie. Saper individuare le competenze trasversali del lavoratore imprenditivo e consolidare la conoscenza delle proprie competenze e come utilizzarle efficacemente nel ruolo lavorativo Saper organizzare e gestire il tempo, attraverso la conoscenza di cenni di Time Management Conoscere il ruolo e le responsabilità a carico dell'imprenditore, anche in riferimento alla classificazione giuridica dell'impresa Saper riconoscere il significato di mission e vision di un'organizzazione aziendale Conoscere il significato di mansione, compito e funzione e le strutture organizzative, nonché i modelli organizzativi (struttura elementare, funzionale, divisionale, a matrice, orizzontale, ecc.) Conoscere l'evoluzione storica delle teorie organizzative dalla teoria classica di Taylor e neoclassica di Mc Gregor fino al Project Management	15	10			2
		Creazione di impresa	25	Definire un'idea imprenditoriale e saper valutare la sua fattibilità tecnico economica Contestualizzare l'idea nel mercato di riferimento Saper utilizzare strumenti per l'analisi di mercato (domanda e offerta) al fine di stabilire le strategie di marketing più opportune Conoscere la struttura e il contenuto del bilancio di un'impresa e saper effettuare una previsione economica Saper redigere un business plan Conoscere le principali fonti di finanziamento agevolato Conoscere le principali incombenze a carico dell'imprenditori	10	15			2
		Contrattualistica e accompagnamento al lavoro	25	Conoscere le forme contrattuali di lavoro, i diritti e doveri dei lavoratori e delle lavoratrici Conoscere elementi legislativi in materia di pari opportunità, al fine di stimolare comportamenti coerenti con la cultura delle pari opportunità, promuovere la consapevolezza della differenza di genere e la conoscenza dei concetti di discriminazione di genere diretta ed indiretta Ricerca efficacemente le strade giuste per perseguire i propri obiettivi di inserimento nel mondo del lavoro Conoscere i luoghi e gli strumenti più utili ad una ricerca attiva del lavoro, anche quelli innovativi Saper formulare efficacemente una candidatura di lavoro (stesura del CV e della lettera di presentazione) Saper affrontare con successo un colloquio lavorativo	10	15			2

		Inglese	50	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) Riportare un discorso Gestire una trattativa commerciale con operatori commerciali esteri Migliorare le competenze linguistiche di lettura, ascolto e parlato Acquisizione di competenze finalizzata ad ottenere il miglior livello di certificazione linguistica	30	20				1
		Inglese Tecnico	25	Saper comprendere (ascoltare ed elaborare) testi orali su argomenti relativi ai prodotti e ai processi produttivi agroalimentari Saper comprendere (leggere ed elaborare) testi scritti su argomenti relativi ai prodotti e ai processi produttivi agroalimentari distinguendo le diverse fonti informative e disponendo di un proprio "vocabolario" personale ampio e articolato Interagire in conversazioni (orali) e comunicazioni (scritte) relative ad argomenti relativi ai prodotti e ai processi produttivi agroalimentari Saper esporre oralmente descrizioni e presentazioni su argomenti dell'agroalimentare, sviluppandone e supportandone i contenuti con approfondimenti Essere in grado di produrre testi scritti su argomenti del sistema agroalimentare, comparando e sintetizzando informazioni provenienti da fonti diverse. Conoscere il lessico specifico del business english relativo al Profilo professionale.	10	15				2
		Informatica	25	Conoscere i concetti di software e hardware, le logiche che sovrintendono al funzionamento di un computer, alla gestione/organizzazione dei file e delle cartelle, all'installazione di driver e all'uso di utility di sistema Saper utilizzare la rete Internet per la ricerca e condivisione di informazioni e per un uso consapevole dei servizi online Saper impostare gli account per l'accesso ai servizi di comunicazione e modificarne le impostazioni per adattarli alle proprie esigenze Saper usare proattivamente i servizi di comunicazione, predisponendo filtri e impostazioni di sicurezza, per proteggere i dati personali e i dispositivi utilizzati Saper utilizzare correntemente programmi applicativi di elaborazione e trattamento testi Essere in grado di creare e gestire documenti, elaborare e formattare contenuti complessi, e conoscere ed applicare gli strumenti disponibili (riferimenti, gestione delle funzionalità collaborative, della stampa unione) Saper elaborare e saper revisionare documenti condivisi con altri utenti Saper progettare, creare e gestire cartelle di lavoro complesse, contenenti più fogli di lavoro, collegando tra loro i dati al loro interno, e facendo uso degli strumenti di formattazione disponibili. In presenza di dati complessi e articolati, saper valutare tutti i tipi di grafici e diagrammi disponibili, e generare quelli più adatti allo scopo, formattandoli adeguatamente Saper generare grafici e/o diagrammi personalizzati, salvare ed archiviare con precisione i documenti elaborati, variando le possibili destinazioni e le tipologie di file, a seconda delle necessità e/o delle circostanze Saper progettare e realizzare una presentazione ed i relativi contenuti in maniera efficace, sfruttando le funzionalità di editing a disposizione e che, se correttamente utilizzati, consentono di comunicare al meglio con i destinatari del documento. Saper quindi personalizzare i modelli esistenti e differenziare le diapositive a seconda del messaggio da			25			1
		Impresa 4.0	25	Conoscere le tecnologie digitali e le evoluzioni, introdotte dalla 4 ^a rivoluzione industriale del Piano Nazionale Industria 4.0. Le macrocategorie delle tecnologie abilitanti (Robot Collaborativi, Manifattura additiva, Realtà Aumentata, Simulazione, Integrazioni digitali, Industrial Internet, Cloud, Cybersecurity, Big Data- Analytics). Conoscere le tecnologie innovative utilizzate nel sistema agroalimentare e scoprire con casi studio alcune applicazioni utilizzate nelle imprese agrifood (Droni, Sensori Prossimi e Remoti, Sistemi di Supporto alle Decisioni, Blockchain, Rateo variabile, Realtà Aumentata e Virtuale, etc) Acquisire dimestichezza con i sistemi informativi di connessione ed interpretazione dei dati individuandone le potenzialità professionali per l'agrifood. Conoscere ed applicare le metodologie innovative di approccio all'innovazione (Design Thinking, Lean Thinking, etc).	15	10				1
		Sostenibilità	25	Conoscere i principi dello sviluppo economico Conoscere le dinamiche della crescita sociale Conoscere i principi della salvaguardia dell'ambiente Conoscere e saper proporre il bilancio di sostenibilità Saper coadiuvare l'applicazione del GRI (Global Reporting Initiative) Standard e il Report Integrato	15	10				1
		Sicurezza alimentare	25	Conoscere la normativa di base comunitaria, nazionale e locale per garantire la sicurezza alimentare Saper individuare nei processi produttivi i punti critici di autocontrollo igienico sanitario (HACCP) Conoscere gli obblighi e le responsabilità del Personale Alimentarista come previsto dalla Legge Reg. Puglia 22/07 Saper operare nei luoghi di somministrazione degli alimenti secondo le procedure di prevenzione dei rischi igienico sanitari Saper impiegare le etichette come strumento di garanzia della sicurezza alimentare Conoscere gli obblighi di informazione per la tutela dei consumatori (additivi, allergeni) Conoscere degli obblighi di legge in materia di tracciabilità	15	10				1
		Sicurezza sui Luoghi di Lavoro per Lavoratori	16	Formazione Generale: Conoscere i concetti generali in tema di prevenzione e sicurezza sul lavoro con riferimento alla lettera a) comma 1, art. 37 del D. Lgs 81/08 Contenuti: Concetti di rischio, danno, prevenzione, protezione, organizzazione della prevenzione aziendale, diritti, doveri e sanzioni per i vari soggetti aziendali, organi di vigilanza, controllo e assistenza Formazione Specifica: Conoscere i rischi riferiti alle mansioni, caratteristici del settore o comparto di appartenenza dell'azienda con riferimento alla lettera b) del comma 3, all'art. 37 del D.Lgs. 81/08 Contenuti: Rischi infortuni, meccanici generali, videoterminali, Gestione emergenze, Procedure organizzative per il primo soccorso, Procedure esodo e incendi, Rischio chimico, Ambienti di lavoro, nebbie, oli, fumi, vapori, polveri, Movimentazione manuale carichi, movimentazione merci (apparecchi di sollevamento, mezzi di trasporto), Microclima e Illuminazione, Rischio Elettrico, Incidenti e infortuni, Etichettatura, rischi da esplosione, stress lavoro-correlato, segnaletica, Macchine, Attrezzature, Cadute dall'alto, Rischi biologici, fisici, cancerogeni, D.P.I., organizzazione del lavoro, Radiazioni, Rumore e Vibrazioni	11	5				1

BASE

426

Certificazioni di Qualità	25	<p>Il concetto di qualità</p> <p>Conoscere la normativa di base nazionale e comunitaria delle certificazioni di qualità</p> <p>Conoscere la normativa di tutela con particolare riferimento alle DOP, IGP, STG</p> <p>Conoscere le peculiarità dei prodotti regionali a denominazione di origine</p> <p>Saper riconoscere le caratteristiche di un disciplinare di produzione di un prodotto a D.O. e disciplinare di produzione biologica</p> <p>Conoscere le principali certificazioni di prodotto di interesse per i prodotti agroalimentari regionali</p> <p>Saper valutare il beneficio/interesse dell'imprenditore/consumatore per una certificazione</p> <p>Saper individuare certificazioni emergenti di interesse per i consumatori</p>	10	15			1
Organizzazione e Funzionamento delle Filiere Agroalimentari	25	<p>Conoscere il sistema agro-alimentare o Agribusiness, i settori o comparti produttivi, le filiere, i distretti territoriali</p> <p>Conoscere le caratteristiche strutturali ed evoluzione dell'agricoltura, dell'industria alimentare, della distribuzione alimentare italiana</p> <p>Saper individuare l'organizzazione di una filiera del sistema agroalimentare regionale, nazionale e internazionale, individuandone l'organizzazione logistica e delle informazioni</p> <p>Saper riconoscere le forme giuridiche delle imprese e le principali caratteristiche</p> <p>Acquisire le conoscenze riguardanti la struttura, l'organizzazione ed il rapporto tra le imprese del sistema agroalimentare</p> <p>Conoscere le forme di integrazione e cooperazione di una filiera (orizzontali, verticali e circolari)</p> <p>Saper individuare le forme di integrazione contestualizzandole nelle principali filiere dell'agroalimentare</p>	15	10			1
Le filiere dei prodotti Viti-vinicoli	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere vitivinicole internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar locali, areali di produzione e sistemi di allevamento viticoli presenti nel territorio regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi di vinificazione delle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni enologiche del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti viti-vinicoli, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1
Le filiere dei prodotti Olivicoli-oleari	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere olivicole-olearie internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar locali, areali di produzione e sistemi di allevamento olivicoli presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi elaiotecnici delle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni olearie del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti olivicoli-oleari, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1
Le filiere dei prodotti cerealicoli e delle leguminose da granella	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere cerealicole internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar, 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 cultivar, 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 di latte e 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			1
Le filiere dei prodotti caseari	20	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere casearie internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le razze, areali di allevamento e sistemi zootecnici per la produzione di latte e derivati presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di latte e derivati presenti nelle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni dei prodotti caseari del territorio</p> <p>Saper individuare l'organizzazione della filiera dei prodotti caseari, le principali forme di integrazione e attori presenti sul territorio regionale e nazionale</p>	10	10			1

**TECNICO
PROFESSIONALE -
MARKETING**

375

Marketing Operativo	25	Acquisire conoscenze in materia di marketing mix Saper prendere decisioni relative al prodotto e al lancio di nuovi prodotti e al brand Saper prendere decisioni relative alla gestione del brand Conoscere le tecniche di fissazione del prezzo Saper prendere decisioni relative al prezzo e conoscere le politiche di prezzo Conoscere gli aspetti della distribuzione del prodotto Saper prendere decisioni relative alle politiche e ai canali distributivi Conoscere gli strumenti per la promotion (mix della comunicazione) Saper prendere decisioni relative al communication mix	15	10			1
Marketing Territoriale	25	Acquisire conoscenze specifiche nel campo del marketing applicato al territorio Saper formulare strategie di sviluppo e promozione dell'offerta territoriale Saper analizzare i fattori che incidono sulla competitività dei sistemi territoriali Comprendere le logiche che guidano le scelte localizzative delle imprese Acquisire conoscenze relative alla valorizzazione e promozione delle risorse locali (naturali, culturali, infrastrutturali...) ed alla ricerca della competitività del territorio Utilizzare gli strumenti concettuali per l'analisi strategica di marketing territoriale Saper gestire problematiche e scelte operative del marketing territoriale Acquisire conoscenze metodologiche necessarie per l'elaborazione e realizzazione di piani di marketing territoriale-turistico	15	10			1
Ricerche di mercato (laboratorio)	25	Conoscere l'applicazione degli strumenti tradizionali ed innovativi delle indagini di mercato; Saper effettuare un'analisi dello scenario interno ed esterno all'azienda; Saper interpretare i mercati e i loro andamenti, i trend e la stagionalità attraverso l'utilizzo di fonti informative affidabili; Saper analizzare i segmenti di mercato, loro caratteristiche, bisogni, desideri; Saper approfondire le preferenze dei consumatori tramite indagini ad hoc; 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.	10		15		1
Comunicazione di prodotto e story telling	25	Conoscere come elaborare e sviluppare un piano di comunicazione adeguato a ciascuna esigenza; Saper padroneggiare strumenti e tematiche per il raggiungimento dell'obiettivo finale secondo i tempi ed i budget prefissati; Saper modularare il proprio linguaggio/messaggio in ragione dei vari target, al fine di renderlo comprensibile ed accessibile a ciascun pubblico di riferimento, sia esso generalista (cittadini, consumatori, turisti), sia esso professionale (buyer, tour operator, istituzioni, imprenditori); Conoscere e saper utilizzare tecniche di narrazione per enfatizzare e incrementare il valore percepito dei prodotti/servizi	15	10			1
Digital Marketing e Influencer Marketing nell'agroalimentare	25	Conoscere gli elementi tecnici, le norme e gli aspetti specifici della comunicazione WEB, dei social network, della messaggistica digitale Conoscere gli elementi cardine degli obiettivi e dell'applicazione del marketing attraverso il sito web Conoscere gli aspetti della comunicazione nelle piattaforme e-commerce Conoscere i concetti di base dell'email marketing Conoscere ruolo e potenzialità degli influencer nella comunicazione integrata; Conoscere il piano di comunicazione integrata: dalla comunicazione classica al web, dagli eventi alle PR; Conoscere e saper utilizzare le tecniche di influencer marketing sui principali network di riferimento; Conoscere la piramide d'influenza e sapere come trovare gli influencer; Conoscere l'importanza dei network di nano influencer;	15	10			1
Social media marketing nell'agroalimentare	25	Conoscere gli strumenti e le dinamiche di mercato dei social media; Conoscere come ottimizzare il marketing e la comunicazione aziendale attraverso l'utilizzo efficace dei social network e delle altre diverse applicazioni del web 2.0; Conoscere come potenziare il rapporto con clienti, fornitori e partner attraverso le nuove applicazioni di internet; Saper progettare, pianificare e monitorare attività di marketing online e strategie social; Saper utilizzare nuovi strumenti di sostegno alla vendita e alla customer satisfaction nel settore agroalimentare (social media); Saper elaborare il web writing e lo story telling audiovisivo, nell'ambito dei social media; Saper creare una campagna social efficace anche attraverso messaggistiche sponsorizzate.	10	10	5		1
Promozione visite aziendali ed eventi incoming	25	Acquisire conoscenze relative al corretto posizionamento delle visite aziendali Conoscere gli strumenti di vendita e promozione delle visite Saper scegliere i prodotti e le risorse aziendali da destinare alle visite Acquisire le conoscenze in relazione alla partecipazione ad eventi fieristici e promozionali, farm trip e strumenti di promozione territoriale Saper individuare i soggetti chiave cui destinare le strategie di incoming Saper misurare gli effetti economici delle strategie di incoming intraprese	10	10	5		1
Organizzazione Fiere	25	Conoscere i principali eventi fieristici nazionali ed internazionali del settore agroalimentare; Apprendere come presentare efficacemente i prodotti agroalimentari del territorio; Comprendere i requisiti per impostare al meglio gli stand espositivi, l'accoglienza e la customer care; Saper individuare, analizzare e pianificare la tipologia di evento più rispondente alle esigenze dell'azienda; Saper organizzare un evento in fiera con l'ausilio di competenze specialistiche proprie e/o esterne; Saper pianificare e realizzare tutte le fasi pre-fieristiche in maniera efficace; Saper gestire tutte le attività connesse alla partecipazione fieristica e previste durante la manifestazione; Saper gestire in maniera efficace tutte le attività post fieristiche.	10	10	5		1

		Laboratorio di organizzazione Fiere, visite aziendali ed eventi incoming	25	Acquisire conoscenze relative al creazione di percorsi esperienziali e di vendita Saper organizzare una visita aziendale ottimizzando le risorse ed i beni aziendali Saper realizzare materiale strumentale per le fiere e le viste aziendali anche in lingua Saper presentare l'azienda attraverso i canali di incoming Saper organizzare eventi promozionali in azienda e in fiera destinati ad operatori B2B e utenti B2C Saper raccogliere informazioni e feedback in relazione alle attività intraprese ed alle esperienze vendute Saper gestire un progetto di partecipazione ad un evento fieristico, la sua organizzazione e il follow up delle attività post fiera	5		20			1
		Casi di successo nel Marketing Agroalimentare	25	Conoscere le modalità di analisi dei casi aziendali e individuare i plus/minus nei casi di studio; Saper interpretare le scelte imprenditoriali che hanno portato al successo nei casi di studio trattati e saper individuare gli elementi cardine delle relative strategie di marketing; Comprendere le modalità con cui procedure innovative nell'utilizzo del marketing hanno generato benefici aziendali; Saper riproporre le scelte e i processi di marketing appresi nei casi di studio, adattandoli ad altre realtà aziendali; Saper prevedere quali effetti comporta una gestione intelligente attraverso l'applicazione di buone prassi;	10	10	5			1
		Il Piano di Marketing (laboratorio)	25	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 e stesura di un piano di marketing e le modalità e i criteri di scelta di tempi, modi e budget; Saper redigere un report del Piano di marketing; Saper realizzare e presentare un pitch del piano di marketing secondo modalità multimedialità.	5		20			1
		Laboratorio di vendita B2B e B2C per l'azienda agroalimentare	25	Acquisire le tecniche di vendita di prodotto Saper selezionare acquirenti B2C e gestire le relazioni interpersonali Avviare corrispondenza commerciale B2C e B2B utilizzando i differenti canali a disposizione dell'azienda Saper intraprendere relazioni commerciali in lingua inglese Saper gestire la relazione post vendita Saper risolvere le problematiche di customer care e customer satisfaction	10	5	10			2
TECNICO PROFESSIONALE - MARKETING	175	Impresa agricola e agroalimentare	25	Acquisire conoscenze in relazione ai caratteri distintivi dell'impresa agricola ed agroalimentare Acquisire conoscenze relative alla cultura di impresa ed ai diversi modelli imprenditoriali e societari Saper individuare il corretto modello imprenditoriale per il prodotto che si vuole realizzare e vendere Saper organizzare al meglio le potenzialità dell'attività di produzione e trasformazione Saper integrare le attività di impresa attraverso la multifunzionalità	15	10				2
		Legislazione nazionale e comunitaria	25	Acquisire conoscenze in relazione al legal framework del settore agricolo ed agroalimentare a livello nazionale e comunitario Saper reperire le fonti di informazione sulla normativa da fonti nazionali e comunitarie Acquisire conoscenze in relazione alle legislazioni in materia di pratiche commerciali e segni distintivi	20	5				2
		New Green Deal e Strategia Farm to Fork	25	Acquisire conoscenze in relazione ai mutamenti del sistema alimentare europeo Saper cogliere le sfide del settore agricolo ed agroalimentare anche in relazione agli obiettivi del PAC Saper orientare l'azienda verso la transizione ad un sistema alimentare equo, sano e rispettoso dell'ambiente Saper comunicare alla clientela le scelte operate creando valore aggiunto al prodotto ed alla immagine aziendale Saper organizzare al meglio le potenzialità dell'attività di produzione e trasformazione al fine di raggiungere gli obiettivi di sostenibilità Saper divulgare cultura di prodotto al fine di evitare frodi alimentari Saper sviluppare servizi di vendita, ospitalità e ristorazione in linea con gli obiettivi di sostenibilità, sicurezza alimentare e lotta allo spreco	15	10				2
		Filiera del turismo rurale ed attività educativa e sociale	25	Conoscere il network di imprese e stakeholders che si occupano della costruzione, informazione, comunicazione e promozione della destinazione. Conoscere i trend del settore ed i mercati di riferimento Conoscere i principali eventi fieristici del settore sia a livello nazionale che estero Saper utilizzare il portale Viaggiare in Puglia ed il destination management system (DMS) regionale Conoscere il mercato del turismo educativo e delle peculiarità delle masserie didattiche Conoscere i progetti e le opportunità delle attività in ambito sociale	15	10				2
		Prevenzione e mitigazione del rischio da eventi climatici e avversi	25	Acquisire conoscenze relative al concetto di rischio e calamità naturali Conoscere gli strumenti del risk management per l'identificazione, l'assessment e la mitigazione dei rischi Saper classificare i rischi connessi ad eventi climatici avversi Conoscere le principali strategie di prevenzione e mitigazione del rischio da eventi climatici avversi Saper individuare e mettere in atto tecniche e azioni volte a evitare o limitare l'impatto degli eventi climatici avversi Saper misurare gli effetti economici di eventi climatici avversi e i benefici derivanti da strategie di mitigazione	10	10	5			2
		Certificazioni volontarie di prodotto	25	Conoscere le certificazioni volontarie e loro posizionamento all'interno del mercato agroalimentare Conoscere la normativa di base nazionale e comunitaria delle certificazioni volontarie Conoscere le procedure di certificazione con particolare riferimento alle BRC- IFS, GLOBALGAP, ISO, NO OGM, VEGAN Saper valutare il beneficio/interesse dell'imprenditore/consumatore per una certificazione volontaria Conoscere gli obblighi in relazione alla corretta indicazione in etichetta	20	5				2
		Fonti di finanziamento	25	Conoscere le fonti di finanziamento specifiche per il settore agricolo ed agroalimentare e per le progettualità di filiera Saper analizzare le necessità di finanziamento dell'azienda Saper redigere una relazione di presentazione dell'impresa e dell'investimento Saper organizzare al meglio le attività amministrative e contabili necessarie per partecipare ai bandi gestendo le risorse aziendali	15	10				2
APPROFONDIMENTI	40	Fiere/eventi	24	Conoscere i players dei mercati nazionali e internazionali Conoscere le tecniche di presentazione e promozione di prodotto Conoscere le strategie espositive dei main players Partecipare ai workshop di settore per acquisire elementi e dati sulle tendenze e le innovazioni settoriali Comprendere le dinamiche relazionali commerciali B2B e B2C Saper effettuare analisi di benchmark tra le aziende espositrici e le realtà imprenditoriali pugliesi Realizzare un report sulle attività di partecipazione alla Fiera/evento			24			2

APPROFONDIMENTI	49	Study visit	25	<p>Visite didattiche in aziende innovative della trasformazione agroalimentare e del turismo attraverso osservazione del processo produttivo</p> <p>Visite didattiche presso agenzie di promozione e comunicazione pubbliche e private</p> <p>Comprendere le modalità di sviluppo delle strategie di comunicazione da parte delle agenzie</p> <p>Conoscere processi di valorizzazione attuati da aziende con certificazione di qualità o biologiche</p> <p>Conoscere processi e prodotti innovativi appartenenti a filiere alternative correlate</p> <p>Conoscere le modalità di implementazione di tecniche esperienziali per coinvolgere il target dei visitatori delle masserie didattiche e fattorie sociali</p> <p>Saper realizzare una reportistica di sintesi contenente gli elementi applicativi appresi</p>			25		2	
PROJECT WORK	50	Metodologie per la predisposizione del Project Work	10	Saper progettare un project work finale individuale definito in collaborazione con l'azienda sede di stage (al termine del pre-stage)			10		2	
		Sviluppo del Project Work Finale	40	Saper realizzare un project work finale individuale definito in collaborazione con l'azienda sede di stage da presentare all'esame finale			40		2	
STAGE (40%)	800	Pre Stage	200	<p>Conoscere una realtà operativa, la sua organizzazione produttiva e commerciale e lo scenario competitivo in cui opera</p> <p>Saper individuare una tematica per poter sviluppare un progetto di stage in collaborazione con l'azienda sede di stage</p> <p>Definire gli obiettivi che si intendono raggiungere nell'attività di stage</p>				200	1	
		Stage	600	<p>Saper applicare le conoscenze e competenze acquisite in una realtà operativa</p> <p>Saper individuare le criticità e/o gli ambiti di miglioramento e proporre un piano di azioni correttive</p> <p>Acquisire una capacità autonoma di individuazione e possibile risoluzione dei problemi aziendali</p> <p>Acquisire delle best practices esperienziali per integrare le proprie competenze applicative</p> <p>Acquisire capacità di lavoro in un contesto organizzativo aziendale, di problem solving e sapersi relazionare efficacemente con il personale aziendale</p> <p>Saper implementare nell'azienda di stage ospitante il proprio progetto di stage individuale</p>				600	2	
TOTALE ORE			2000				546	425	229	800