

## PATTO FORMATIVO

Tra

la **Fondazione ITS – Istituto Tecnico Superiore “Area Nuove tecnologie per il Made in Italy – Sistema Alimentare – Settore Produzioni agroalimentari”** con sede in Locorotondo alla S.C. 138 C.da Marangi n. 26, Codice Fiscale - Partita IVA 07105100726 nella persona del suo legale rappresentante Savino Vito Nicola C.F. SVNVC49D12E038Y, di seguito denominata Fondazione

e

Il/la Sig./Sig.ra \_\_\_\_\_, nato a \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_) il \_\_\_\_\_ codice fiscale \_\_\_\_\_, residente a \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_) in Via \_\_\_\_\_, studente del Corso ITS VII Ciclo **“Tecnico Superiore per la Valorizzazione delle Produzioni Locali di Qualità”**, di seguito denominato Studente

### PREMESSO CHE

- 1) il 07/08/2017 la Fondazione ITS ha pubblicato il Bando per la selezione degli allievi da ammettere alla frequenza del Corso ITS “Tecnico superiore per la Valorizzazione delle Produzioni Locali di Qualità” (Acronimo: AGRO LOCAL QUALITY), annualità 2017-2019, a Copertino c/o l’IIS “V. Bachelet” in Via Verdesca;
- 2) con **DGR n. 1459 del 20/09/2016 (BURP n. 108/2016)** la Regione Puglia ha approvato nell’ambito del P.O. PUGLIA 2014 – 2020 approvato con Decisione C(2015)5854 del 13/08/2015 e Patto per il Sud sottoscritto tra Regione Puglia e Presidenza del Consiglio dei Ministri in data 10/09/2016, ASSE X “Investire nell’istruzione, nella formazione, e nell’apprendimento permanente”, l’Avviso Pubblico N. 6/FSE/2017 Realizzazione di percorsi formativi di Istruzione Tecnica Superiore (ITS) finalizzati al conseguimento del diploma di Tecnico Superiore;
- 3) con **DD n. 840 del 17/10/2016 (BURP n. 120 del 20/10/2016)** la Regione Puglia ha approvato la graduatoria dei Corsi ITS ammessi a finanziamento in riferimento all’Avviso di cui al punto 1 e che risulta finanziato il **Corso ITS “Tecnico superiore per la Valorizzazione delle Produzioni Locali di Qualità”** (Acronimo: AGRO LOCAL QUALITY), annualità 2017-2019, a Copertino c/o l’IIS “V. Bachelet” in Via Verdesca;
- 4) Il/la Sig./Sig.ra \_\_\_\_\_, nato a \_\_\_\_\_ (\_\_\_\_) il \_\_\_\_\_ codice fiscale \_\_\_\_\_ è risultato idoneo al termine della selezione effettuata ai fini dell’ammissione al Corso ITS **“Tecnico superiore per la Valorizzazione delle Produzioni Locali di Qualità”**, in data 19 ottobre 2017

quanto fin qui premesso, considerato, accertato e visto si considera parte integrante del presente Patto Formativo

## SI CONVIENE E SI STIPULA QUANTO SEGUE

### ART. 1

#### OGGETTO DELL'ATTIVITA'

Il corso si pone l'obiettivo di formare Esperti con competenze specifiche nel settore agroalimentare di qualità, in particolare per la valorizzazione dei prodotti tradizionali anche con riferimento a quelli di nicchia. Saranno fornite competenze multidisciplinari, con un approccio formativo capace di promuovere il vasto patrimonio agroalimentare regionale, ricco di biodiversità, in un corretto rapporto prodotto/territorio/mercato.

Il Tecnico Superiore sarà in grado di gestire la qualità di produzioni ecosostenibili delle filiere agroalimentari attraverso la standardizzazione dei processi produttivi. Inoltre, acquisirà competenze nell'ambito dell'ITC (Information and Communications Technology) per promuovere i prodotti tradizionali attraverso l'utilizzo di strumenti innovativi (QR code, web marketing, percorsi enogastronomici esperienziali, storytelling, etc).

#### SBOCCHI OCCUPAZIONALI

Il Tecnico Superiore per la Valorizzazione delle Produzioni Locali di Qualità potrà svolgere la propria professione come dipendente, consulente o imprenditore di aziende di produzione, trasformazione e distribuzione di prodotti agroalimentari di qualità e tradizionali. Inoltre, l'Esperto potrà svolgere la propria professione in enti territoriali, consorzi di tutela, organizzazione di produttori nonché agenzie di comunicazione e marketing.

Il presente Patto Formativo ha per oggetto la disciplina dei rapporti tra lo studente e la Fondazione per la realizzazione del Corso ITS "Tecnico Superiore per la Valorizzazione delle Produzioni Locali di Qualità", annualità 2017-2019, della durata di n. 2000 ore di cui n. 800 di stage.

Il Corso, avviato il 28 ottobre 2017, dovrebbe concludersi entro il 30 giugno 2019 (escluso esami finali).

### ART. 2

#### PROGRAMMA FORMATIVO

AREA:	UNITA' FORMATIVA:	ORE	MODULI:	OBIETTIVO DI APPRENDIMENTO IN TERMINI DI CAPACITA'/ABILITA' E CONTENUTI:
TRASVERSALE	Sviluppo personale e professionale	50	<b>Presentazione Progetto Formativo</b>	Capacità/Abilità Individuare i punti di forza del proprio bagaglio di competenze e risorse
			<b>Orientamento e Team Building</b>	Individuare gli elementi da potenziare/sviluppare, valutandone la spendibilità e trasferibilità in contesti lavorativi Elaborare un progetto di sviluppo professionale congruente e realistico in base al progetto formativo Saper lavorare in gruppo Essere capace di massimizzare l'uso della propria creatività all'interno di un team;
			<b>Comunicazione Interpersonale e Principi di Negoziazione</b>	Comprendere in che modo si comunica con noi stessi e con gli altri per far arrivare il proprio messaggio senza fraintendimenti o incomprensioni Notare cosa motiva le persone ad agire e cosa invece le blocca, per avere maggiori risultati con i propri collaboratori Capire come gestire le obiezioni Comprendere ciò che si dice con il proprio corpo al proprio interlocutore "ad di là delle parole" per intraprendere una

			<p>comunicazione più precisa e mirata Comprendere come iniziare e concludere una negoziazione/trattativa commerciale. Acquisire i concetti di base per migliorare e per rendere efficaci stile negoziale; Saper comprendere l'importanza del relazionarsi in maniera efficace con la clientela.</p> <p>Conoscenze (Contenuti): Il Progetto Formativo e il Bilancio delle competenze Condividere finalità da raggiungere e regole comportamentali Orientamento al progetto formativo Dal gruppo al gruppo di lavoro: il team building La costruzione del team: rischi e opportunità Gli stili di comunicazione nel team La leadership e il management La delega e l'empowerment Il team-working 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. Impostare la negoziazione Far fronte alle varie obiezioni Come iniziare e concludere una negoziazione/trattativa commerciale. L'influenzamento reciproco Come influenzare positivamente i clienti Comunicazione persuasiva I tre cardini della persuasione L'assertività Le relazioni efficaci con la clientela L'ascolto empatico I filtri all'ascolto e gli errori da eliminare La motivazione del venditore La vendita di servizi I principi della vendita La nuova psicologia della vendita Il nuovo imperativo: "emozionare" il cliente Il venditore e il cliente: diverse tipologie Le caratteristiche di un venditore di successo La motivazione di un venditore L'organizzazione del lavoro di vendita Le varie fasi di una vendita I bisogni dei clienti e le motivazioni d'acquisto Come vendere vantaggi La negoziazione di vendita win-win Le obiezioni del cliente La conclusione professionale della vendita</p>
	<b>Sistemi Informatizzati (SIAN, EIP)</b>	<b>20</b>	<p>Competenze: Saper interloquire con i software di gestione delle attività progettuali del PSR e del sistema informatico dedicato alle attività agricole. Saper utilizzare i principali Sistemi Informatizzati (SIAN, EIP) Saper operare sui protocolli del portale AGEA relativamente alle domande di aiuto a favore delle imprese agricole</p>

				<p>Conoscenze (Contenuti):          Comprendere la complessità del sistema informatizzato per la gestione dei pagamenti in agricoltura          Conoscere l'articolazione dei meccanismi attraverso i quali si erogano le risorse finanziarie in agricoltura          Conoscere le principali procedure necessarie ad operare sul portale AGEA</p>
	<b>Inglese</b>	<b>50</b>	<b>Corso di Inglese per la Certificazione IELTS</b>	<p>Competenze:          Sviluppare le conoscenze e competenze generali della lingua inglese          Miglioramento delle competenze linguistiche di speaking, reading, writing e listening          Acquisizione di competenze finalizzata ad ottenere il miglior livello di certificazione linguistica</p> <p>Conoscenze (Contenuti):          Grammatica Speaking Reading Writing Listening          La vita quotidiana e i contesti di natura aziendale</p>
	<b>Inglese Tecnico Agroalimentare</b>	<b>50</b>	<b>Inglese Tecnico Agroalimentare</b>	<p>Competenze:          Comprendere (ascoltare ed elaborare) testi orali su argomenti relativi all'enogastronomia          Comprendere (leggere ed elaborare) testi scritti su trattati di enogastronomia, 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 enogastronomici          Esporre oralmente descrizioni e presentazioni su argomenti dell'agroalimentare, sviluppandone e supportandone i contenuti con approfondimenti i          Produrre testi scritti su argomenti del sistema agroalimentare, comparando e sintetizzando informazioni provenienti da fonti diverse</p> <p>Conoscenze (Contenuti):          Le filiere produttive dei prodotti agroalimentari in Lingua Inglese          Acquisizione di un vocabolario variegato per comprendere ed esprimersi nel settore agroalimentare</p>
<b>(BASE) NORMATIVE</b>	<b>Legislazione agroalimentare comunitaria, nazionale e regionale</b>	<b>20</b>		<p>Competenze:          Apprendere le principali informazioni sull'assetto istituzionale e sui relativi ruoli dei soggetti che determinano le politiche pubbliche di sostegno e di indirizzo per l'agricoltura          Saper individuare le fonti normative che regolano le diverse fasi in cui articola la complessità del "fare agricoltura"</p> <p>Conoscenze (Contenuti):          Conoscere l'architettura del sistema normativo vigente in agricoltura (comunitario, nazionale e regionale)          Conoscere le tipologie di documenti che regolamentano l'attività agricola</p>
	<b>Sicurezza alimentare</b>	<b>60</b>	<p><b>Normative e processi per l'analisi dei rischi e controllo dei punti critici (HACCP)</b></p> <p><b>L'etichettatura e le sofisticazioni alimentari</b></p>	<p>Capacità/Abilità          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 etichette come strumento di promozione          Conoscere gli obblighi di informazione per la tutela dei consumatori (presenza di additivi, allergeni, ingredienti,</p>

			shelflife)  Conoscenze (Contenuti): Regolamento UE Pacchetto Igiene I principi del sistema HACCP Corso Formazione Alimentarista Redazione di un Manuale di Autocontrollo HACCP I flussi produttivi Norme e sistemi di tracciabilità e rintracciabilità Normativa generale e specifica per l'etichettatura 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 Normativa sugli allergeni e additivi La dichiarazione nutrizionale Indicazione e designazione degli ingredienti I claim nutrizionali ammessi in etichetta come strumento di valorizzazione Esercitazione con normativa specifica per i prodotti di interesse territoriale
<b>Sicurezza sui luoghi di lavoro Modulo A Corso RSPP/ASPP</b>	<b>28</b>		Come previsto dall'Accordo Stato-Regioni del 2016.
<b>Politiche di sviluppo del territorio</b>	<b>20</b>		Competenze: Saper individuare ed utilizzare gli aiuti finanziari all'agricoltura Saper attuare le indicazioni contenute nella misura di insediamento dei giovani in agricoltura e misure collegate  Conoscenze (Contenuti): Conoscere l'evoluzione della PAC Conoscere la struttura ed i contenuti del PSR Conoscere i principali elementi alla base di un programma di sviluppo (risorse scarse, condizionalità, fattori di rischio)
<b>Certificazioni di Qualità</b>	<b>50</b>	<b>Denominazioni di tutela dei prodotti agroalimentari</b>  <b>Le Certificazioni volontarie di sistema e di prodotto</b>	Competenze: Saper individuare la normativa di base nazionale e comunitaria di riferimento Saper riconoscere le problematiche di tutela con particolare riferimento alle DOP, IGP; STG Saper riconoscere i prodotti regionali a denominazione di origine Saper riconoscere le caratteristiche di un disciplinare di produzione di un prodotto a D.O Saper descrivere un prodotto a Denominazione di Origine dalle indicazioni riportate in un disciplinare di produzione 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 Saper individuare certificazioni emergenti di interesse per i consumatori di prodotti enogastronomici  Conoscenze (Contenuti): La normativa di base nazionale e comunitaria delle Denominazioni di Origine Le Denominazioni di Origine: DOP, IGP e STG I prodotti regionali a denominazione di origine Le certificazioni di sistema Le certificazioni di prodotto La certificazione di agricoltura biologica/produzione integrata e biodinamica

				<p>Le certificazioni ambientali</p> <p>Le certificazioni etiche (kosher, halal, vegan)</p> <p>Le certificazioni nutrizionali/salutistiche (gluten free, lactose free)</p>
<p><b>(BASE)</b> <b>IL TERRITORIO E LE PRODUZIONI</b></p>	<p><b>Evoluzione del sistema agricolo</b></p>	<p><b>20</b></p>		<p>Competenze:</p> <p>Conoscere l'evoluzione del rapporto tra agricoltura-territorio e i principali elementi caratterizzanti</p> <p>Saper identificare cosa può modificare il rapporto tra agricoltura, territorio e ambiente</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <p>L'agricoltura in Italia e in Puglia ad inizio del secolo scorso</p> <p>L'agricoltura in Puglia nel dopoguerra: la riforma agraria</p> <p>Influenza della PAC nell'evoluzione della struttura produttiva ed organizzativa dell'agricoltura pugliese negli ultimi cinquant'anni</p> <p>Utilizzazione della superficie agricola e rapporto con l'ambiente ed il territorio</p> <p>Produzione</p> <p>Occupazione</p> <p>Impiego dei mezzi tecnici</p> <p>Progresso tecnico</p> <p>Investimenti e crediti</p> <p>Strutture aziendali e forme di conduzione</p> <p>La diversificazione dell'attività agricola</p> <p>L'organizzazione economica dei produttori</p> <p>L'evolversi della cooperazione agricola delle più importanti filiere produttive</p> <p>Le associazioni dei produttori</p> <p>Le opportunità per l'agroalimentare pugliese</p>
	<p><b>Biodiversità vegetale e animale</b></p>	<p><b>95</b></p>	<p><b>Biodiversità delle colture erbacee</b></p>	<p>Competenze:</p> <p>Saper riconoscere le principali varietà autoctone di cereali, leguminose e ortive</p> <p>Saper individuare le caratteristiche dei principali prodotti ottenute dalla varietà autoctone</p>
			<p><b>Biodiversità delle colture arboree</b></p>	<p>Saper riconoscere le principali varietà autoctone di specie arboree</p> <p>Saper individuare le caratteristiche dei principali prodotti ottenute dalla varietà autoctone arboree</p> <p>Saper riconoscere le principali razze autoctone di specie animali</p> <p>Saper individuare le peculiarità delle principali produzioni ottenute da razze autoctone</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <p>Le principali specie erbacee di interesse agrario: i cereali e le leguminose da granella</p> <p>Varietà locali di cereali e leguminose da granella</p> <p>Principi di orticoltura</p> <p>Le varietà locali di ortaggi maggiormente coltivate in Puglia e loro diffusione</p> <p>Le piante spontanee eduli.</p> <p>Valorizzazione delle risorse genetiche autoctone: esempi di aziende che coltivano ortaggi, cereali e leguminose da varietà locali autoctone. Casi studio.</p> <p>Le principali specie arboree di interesse agrario: principi di arboricoltura, Le Drupacee (mandorlo, albicocco, susino, pesco, ciliegio) varietà autoctone ed utilizzi</p> <p>Pomacee (pero e melo); varietà autoctone e possibili utilizzi e trasformazioni</p> <p>Gli agrumi: varietà autoctone e possibili trasformazioni</p> <p>Il fico e i fruttiferi minori ( Cotogno, azzerruolo, sorbo, nespolo, gelso, noce, melograno, giuggiolo, ecc) : varietà autoctone e possibilità di coltivazione per l'ottenimento di prodotti tradizionali.</p>
			<p><b>Biodiversità delle produzioni animali</b></p>	

			<p>Valorizzazione delle risorse genetiche autoctone: esempi di aziende che coltivano specie arboree biodiverse. Casi studio. Le principali specie animali allevate in Puglia: principi di zootecnia speciale</p> <p>Razze locali di animali allevati in Puglia, in particolare nel Salento. Ovini e caprini e animali da cortile.</p> <p>Prodotti ottenuti dall'allevamento di razze animali autoctone: prodotti caseari, carni, uova, ecc., con particolare riferimento alle tecniche tradizionali di produzione.</p> <p>Valorizzazione delle risorse genetiche autoctone: esempi di aziende che allevano razze animali autoctone o che trasformano i prodotti ottenuti da razze locali. La pecora Leccese, la capra Gentile di Puglia; il Gallo Leccese.</p>
<b>La filiera Vitivinicola</b>	<b>30</b>	<b>La filiera Vitivinicola</b>	<p>Competenze</p> <p>Saper identificare le tecniche di vinificazione dei vini bianchi, rosati e rossi</p> <p>Saper riconoscere i vitigni locali, areali di produzione, sistemi di allevamento, tecniche agronomiche di coltivazione e vendemmia</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <p>La situazione vitivinicola mondiale ed europea</p> <p>Lo scenario italiano</p> <p>La vitivinicoltura pugliese nel XX secolo</p> <p>La Puglia vitivinicola all'inizio del III millennio</p> <p>L'evoluzione della viticoltura pugliese in relazione al vitigno quale fattore di qualità</p> <p>L'attuale quadro strutturale e produttivo</p> <p>Gli aspetti economici ed il commercio internazionale</p> <p>Le nuove opportunità per la vitivinicoltura pugliese</p> <p>Schede descrittive dei vitigni dei vini di Puglia</p> <p>Impianto e scelta del materiale di propagazione</p> <p>Scelta varietale</p> <p>Forme di allevamento, tecniche di potatura e gestione della chioma</p> <p>La meccanizzazione integrale della viticoltura da vino</p> <p>Gestione agronomica: conduzione del suolo, irrigazione, nutrizione</p> <p>Le principali malattie della vite</p> <p>Maturazione, raccolta e post raccolta</p> <p>Tecniche di vinificazione dei vini bianchi, rosati e rossi</p> <p>Imbottigliamento e confezionamento</p> <p>Immagazzinamento e distribuzione</p> <p>Il consumo del vino</p> <p>La cooperazione nel settore vitivinicolo</p> <p>Disciplinari dei vini a D.O.C. ed a I.G.T. di Puglia</p> <p>Legislazione e politiche comunitarie per il settore vitivinicolo</p>
<b>La filiera Olivicola-olearia</b>	<b>30</b>	<b>La filiera Olivicola-olearia</b>	<p>Competenze in uscita:</p> <p>Conoscenza delle cultivar locali, areali di produzione, sistemi di allevamento, tecniche agronomiche di coltivazione e raccolta</p> <p>Conoscenza delle differenti tecniche di produzione dell'olio di oliva</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Evoluzione dell'olivicoltura mondiale, europea e italiana</li> <li>- Evoluzione dell'olivicoltura pugliese e salentina negli ultimi cinquant'anni</li> <li>- L'attuale quadro strutturale e produttivo</li> <li>- Gli aspetti economici e il commercio internazionale</li> <li>- Marketing dell'olio d'oliva</li> <li>- Le nuove opportunità per l'olivicoltura pugliese</li> <li>- Le principali cultivar pugliesi e loro areali di produzione</li> <li>- Biologia e fisiologia dell'olivo</li> <li>- Aspetti genetici e tecniche di propagazione per piantagioni</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>intensive</li> <li>- Tecniche di produzione</li> <li>- Tecniche agronomiche e caratteristiche dell'olio d'oliva</li> <li>- La difesa fitosanitaria</li> <li>- Tecniche di raccolta e post raccolta</li> <li>- Tecnologia di produzione e di conservazione dell'olio d'oliva</li> <li>- Imbottigliamento e confezionamento</li> <li>- Immagazzinamento e distribuzione</li> <li>- Il consumo dell'olio d'oliva</li> <li>- Nutrizione e valore biologico</li> <li>- La cooperazione e l'associazionismo nel settore olivicolo</li> <li>- Disciplinari degli oli extravergini di oliva DOP di Puglia</li> <li>- Legislazione e politiche comunitarie per il settore olivicolo-oleario</li> </ul>
	<b>La filiera delle conserve alimentari</b>	<b>30</b>	<p>Competenze: Saper individuare i principali prodotti che si possono ottenere dalla filiera dell'industria conserviera Saper riconoscere le peculiarità delle principali produzioni ottenute dalle varietà autoctone nell'industria conserviera.</p> <p>Conoscenze (Contenuti): La produzione dei sott'oli e dei sottaceti, con particolare riferimento all'ottenimento di prodotti tradizionali con ortaggi di varietà autoctone o di erbe spontanee eduli La produzione di confetture, marmellate, frutti sciropati, puree di frutta, concentrati, sciroppi, vin cotti, con particolare riferimento ai prodotti tradizionali ottenuti con varietà autoctone La filiera della trasformazione delle olive da tavola: olive in salamoia, in calce, olive dolci; Casi studio: aziende che trasformano varietà locali autoctone</p>
<b>(PROFESSIONALIZZANTE) AUTOIMPRENDITORIALITA'</b>	<b>Gestione economica aziendale</b>	<b>30</b>	<p>Competenze: Conoscere i fattori della produzione di un'impresa agricola Conoscere il bilancio di un'azienda agricola Conoscere il credito in agricoltura Saper individuare le fonti di finanziamento Conoscere gli strumenti finanziari per agevolare l'ingresso dei giovani in agricoltura Conoscere le principali esternalità generate dal rapporto tra agricoltura e ambiente Saper identificare i fattori esogeni all'azienda che possono influire sulla sua competitività</p> <p>Conoscenze (Contenuti): Criteri di scelta dell'ordinamento colturale, dei mezzi produttivi e dei modi di trasformazione dei prodotti Caratteristiche dell'azienda agraria: capitale fondiario, opere di miglioramento, fondo agrario e capitale d'esercizio Redazione, lettura e comprensione di un bilancio aziendale Il credito in agricoltura: cos'è e come può essere ottenuto Sistema bancario e bandi europei: come individuare le fonti di finanziamento per l'impresa PSR, Primo Insediamento, Microcredito: strumenti finanziari a supporto dei giovani e del loro ingresso in agricoltura Esternalità: cosa sono, quali sono le possibili esternalità agricole, come si possono valutare e come queste si evolvono in relazione all'ambiente Fattori esogeni all'azienda: studio del mercato in cui essa opera, dei competitor e delle risorse a essa collegate</p>
	<b>Forme di aggregazione delle imprese</b>	<b>25</b>	<p>Competenze: Saper riconoscere le forme e opportunità di aggregazione in agricoltura</p>



			<p>Saper individuare la scelta più idonea in relazione al contesto</p> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Collaborazioni ed integrazioni</li> <li>•La fusione tra imprese</li> <li>•Le forme di aggregazione contrattuale</li> </ul> <p>A.I consorzi  B.Le associazioni temporanee di impresa (ATI)  C.Le associazioni temporanee di scopo (ATS)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Le forme di aggregazione societaria</li> </ul> <p>1) Società di persone  A.Società semplice  B.Società in nome collettivo (S.n.c.)  C.Società in accomandita semplice (S.a.s.)</p> <p>2) Società di capitali  A.Società per azioni (S.p.a.)  B.Società in accomandita per azioni (S.a.p.a.)  C.Società a responsabilità limitata (S.r.l.)</p> <p>3) Società a scopo mutualistico  A.Società cooperative  B.Consorzi di II grado</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Contratti di rete e rapporti di cooperazione tra imprese</li> <li>•Le opportunità ed i limiti dei nuovi strumenti di aggregazione</li> <li>•Il sistema cooperativistico e associazionistico in Puglia</li> </ul>
	<b>Creazione di Impresa</b>	<b>25</b>	<p>Competenze:  Conoscere strumenti, opportunità e modelli per la creazione di impresa  Conoscere le principali incombenze a carico dell'imprenditori  Conoscere e rappresentare gli scenari di sviluppo per lo start up di impresa</p> <p>(Contenuti):  Acquisire consapevolezza degli elementi necessari alla creazione di una impresa e della loro importanza (a seconda del tipo di impresa)</p>
	<b>Redazione di un Business Plan</b>	<b>25</b>	<p>Competenze:  Saper redigere un business plan</p> <p>Conoscenze (Contenuti):  Un progetto d'investimento  Analisi di mercato, (punti di forza e punti di debolezza rispetto al mercato).  Obiettivi di vendita ed organizzazione commerciale.  Il Business Plan  Fattibilità tecnica: investimenti in impianti, manodopera, capitali, servizi  Fattibilità economico – finanziaria, orizzonte temporale, capitali propri e di terzi  Redditività dell'investimento  Analisi dei fattori di rischio</p>
	<b>Case-Study</b>	<b>25</b>	<p>Competenze in uscita</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Saper individuare attraverso casi concreti i fattori delle imprese di successo (know how per produrre, innovazione, tradizione)</li> <li>•Saper individuare attraverso casi concreti i fattori delle imprese di insuccesso (autoreferenzialità, individualismo)</li> </ul> <p>Contenuti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Aziende che, riscontrata una problematica o una carenza hanno saputo, attraverso l'innovazione e l'ingegnosità, trasformala in opportunità di sviluppo e crescita aziendale</li> <li>•Aziende che, riscontrata una problematica o una carenza, non sono riuscite a gestire la criticità aziendale e hanno messo in atto azioni che non solo non sono state risolutive ma che, in casi estremi, hanno causato il fallimento dell'azienda stessa</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Simulazione di problematica aziendale con relativo tentativo di risoluzione</li> </ul>
	<b>Visit-Study</b>	<b>25</b>		<p>Competenze in uscita</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saper individuare esperienze concrete di successo di imprenditori agricoli nazionali (ex. Azienda agricola nel Trentino per la produzione di mele)</li> <li>• Saper cogliere quali sono le attitudini positive che possono portare ad agevolare il successo di un'impresa agricola</li> </ul> <p>Contenuti</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Visita guidata presso aziende del territorio nazionale, che rappresentano realtà di successo nella gestione aziendale e nella cooperazione con altre aziende, per il raggiungimento dello scopo di crescita comune</li> </ul>
	<b>Laboratori di progettazione (Project Work in Team)</b>	<b>60</b>		<p>Competenze in uscita</p> <p>Applicare le conoscenze e competenze acquisite attraverso la redazione di un progetto di creazione di impresa in forma aggregata</p> <p>Saper realizzare un project work sull'auto imprenditorialità (creazione di impresa), in modalità team working</p> <p>Concertare, negoziare e sviluppare idee durante lavori di gruppo</p> <p>Esprimere ed affrontare criticità, proporre soluzioni, contribuire ad ottimizzare i risultati prefissati in maniera condivisa</p> <p>Contenuti:</p> <p>Conoscere, proporre, analizzare, e monitorare negli specifici contesti, modelli di impresa in forma singola e collettiva</p> <p>Riconoscere, valutare e risolvere situazioni conflittuali e problemi di lavoro di diversa natura: tecnico-operativi, relazionali, organizzativi</p> <p>Organizzare e gestire, con un buon livello di autonomia e responsabilità, l'ambiente lavorativo, il contesto umano al fine di raggiungere i risultati attesi</p> <p>formulare proposte/individuare soluzioni e alternative</p>
<b>(PROFESSIONALIZZANTE) VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI</b>	<b>Marketing strategico ed operativo</b>	<b>30</b>	<b>Principi e Metodologie di Marketing</b>	<p>Competenze in uscita</p> <p>Saper definire il marketing</p> <p>Saper attuare il concetto di marketing secondo un orientamento di un'impresa</p> <p>Capire l'importanza della costruzione di relazioni con il cliente</p> <p>Saper individuare le principali funzioni che fanno parte del processo di marketing management</p> <p>Saper descrivere il processo di pianificazione strategica</p> <p>Saper spiegare in che modo le risorse e le opportunità di un'organizzazione influenzano il processo di pianificazione strategica.</p> <p>Saper esaminare i diversi livelli della strategia (corporate, di business e funzionale-di marketing).</p> <p>Saper distinguere il diverso ruolo dei livelli strategico e operativo del marketing.</p> <p>Saper interpretare i dati e redigere un report;</p> <p>Saper comprendere l'importanza della coerenza del marketing mix rispetto al posizionamento e al target; di conseguenza l'allievo deve 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.</p> <p>Contenuti:</p> <p>Definizione di marketing</p> <p>Value driven marketing</p> <p>Marketing management</p> <p>Il processo di formulazione della strategia di marketing</p> <p>Dalla mission al piano operativo di marketing</p>

			<p>I livelli della strategia</p> <p>Il livello strategico e il livello operativo del marketing.</p> <p>Pianificazione di marketing: obiettivi, contenuti, processo.</p> <p>Le analisi per il piano di marketing:</p> <p>Domanda, potenziali di mercato, macro segmenti, fattori di variazione, domanda per l'impresa.</p> <p>Struttura competitiva, strategie di mercato tipiche ed emergenti; intelligence sui concorrenti.</p> <p>Analisi della quota di mercato, previsioni delle vendite, dei costi e dei risultati economici di prodotto</p> <p>Definizione degli obiettivi e valutazioni economiche riferite alle diverse scelte di marketing.</p> <p>Formazione del piano di marketing e del budget. Valutazione dei risultati economici attesi.</p>
<b>Laboratori di Marketing</b>	<b>50</b>	<b>Laboratorio di ricerche di mercato</b>	<p>Saper individuare le diverse tipologie di ricerche di marketing;</p> <p>Saper realizzare una ricerca on desk e on field;</p> <p>Saper individuare la mappa relativa alle diverse fonti di informazione per la realizzazione delle ricerche on desk per il settore agroalimentare;</p> <p>Saper predisporre un questionario finalizzato alla realizzazione della ricerca di mercato;</p> <p>Saper strutturare un campione significativo;</p> <p>Saper elaborare i dati della ricerca;</p> <p>Saper interpretare i dati e redigere un report;</p> <p>Saper utilizzare le informazioni per la stesura di un piano di marketing.</p> <p>Saper comprendere l'importanza della coerenza del marketing mix rispetto al posizionamento e al target; di conseguenza l'allievo deve 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.</p> <p>Contenuti:</p> <p>Le ricerche di mercato: definizioni ed obiettivi;</p> <p>Le ricerche qualitative e quantitative;</p> <p>Le fasi delle ricerche di mercato;</p> <p>Le ricerche on desk;</p> <p>Le diverse fonti di informazione per le ricerche on desk.</p> <p>Le ricerche on field</p> <p>Le diverse tipologie di ricerca (ricerche di base, product test, concept test, packaging test, name test, customersatisfaction, le ricerche sull'immagine, analisi di clima aziendale, mystery stopper, ecc.);</p> <p>La redazione del questionario;</p> <p>Le diverse tipologie di domande: la scelta del tipo di domanda in funzione degli obiettivi della ricerca;</p> <p>Le diverse modalità per la somministrazione del questionario;</p> <p>Le tecniche di campionamento;</p> <p>La raccolta e l'elaborazione dei dati;</p> <p>L'interpretazione dei risultati;</p> <p>La presentazione dei risultati.</p> <p>Le politiche di prodotto/servizio;</p> <p>Come sviluppare un piano di prodotto;</p> <p>La gestione del pricing: dalla definizione del prezzo allo sviluppo di un piano dei prezzi;</p> <p>Le politiche di comunicazione: obiettivi, target, budget, strategie e strumenti;</p> <p>Come sviluppare un piano di comunicazione; le politiche distributive;</p> <p>Come sviluppare un piano di distribuzione.</p>
		<b>Laboratorio di piano di Marketing</b>	<p>Competenze:</p> <p>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</p>
<b>Marketing territoriale</b>	<b>30</b>	<b>Marketing territoriale</b>	<p>Competenze:</p> <p>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</p>

			<p>territorio.</p> <p>Conoscenze (Contenuti): 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>
	<p><b>Web e Social Media Marketing</b></p> <p>30</p>	<p><b>Web e Social Media Marketing</b></p>	<p>Competenze: Ottimizzare il marketing e la comunicazione aziendale attraverso l'utilizzo efficace dei social network e le altre diverse applicazioni del web 2.0;</p> <ul style="list-style-type: none"> <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 customersatisfaction nel settore agroalimentare;</li> <li>- Utilizzare il web 2.0 anche in prospettiva crowdsourcing.</li> </ul> <p>Conoscenze (Contenuti): Il Piano di Comunicazione Integrata Le principali tipologie di Social Network. La progettazione delle pagine aziendali e personali sui social network: Facebook, Twitter, Youtube, Linkedin, Slideshare, Pinterest, Flickr, Instagram, About Me, Google+ Come si creano le campagne di advertising sui social media Una grande opportunità in arrivo: Il Social Commerce Focus sugli strumenti di Facebook:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Profilo Personale e Pagina</li> <li>- Il racconto della nostra storia personale e aziendale</li> <li>- Il pannello di controllo della Pagina Facebook</li> <li>- Gli insights</li> <li>- I gruppi</li> <li>- Gli eventi</li> <li>- Le note</li> <li>- Come si crea una campagna di comunicazione</li> <li>- Promoted Post, Offerte, Canvas, PromotedEvent, Incremento dei fan, Uso di applicazioni</li> <li>- Come mostrare i nostri promoted post alle nostre liste di clienti</li> </ul> <p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Google My Business</li> <li>- Google Maps</li> <li>- Google Business View</li> <li>- Google Alert</li> <li>- Google Map Maker</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>- Google Photo</li> <li>- Google Shopping</li> <li>STORYTELLING: raccontare in maniera efficace le nostre competenze</li> <li>Come si costruisce un Piano Editoriale</li> <li>Gli strumenti per realizzare campagne di Email Marketing, Newsletter, SMS Multimediali</li> <li>Come leggere e creare i QR Code</li> <li>Le Digital Public Relations</li> <li>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</li> <li>Come gestire le crisi: CrisisCommunication</li> </ul>
	<b>Comunicazione di prodotto</b>	<b>30</b>	<b>Comunicazione di prodotto</b>	
	<b>Agricoltura 4.0</b>	<b>25</b>		<p>Competenze:</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;</li> <li>Acquisire dimestichezza con i sistemi di connessione ed interpretazione dei dati</li> </ul> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Le nuove tecnologie digitali per le sfide del prossimo futuro</li> <li>La 4<sup>a</sup> rivoluzione industriale</li> <li>Definizione industria 4.0</li> <li>Le tecnologie abilitanti</li> <li>Conoscenza delle tecnologie agricole e agroalimentari mondiali</li> <li>Conoscenza delle tecnologie in Italia</li> <li>Posizionamento dei Paesi in Europa</li> <li>Tecnologie e competenze</li> <li>Ricerca e trasferimento tecnologico</li> <li>Formazione</li> <li>La fattoria in rete</li> <li>Applicazioni per i settori vitivinicolo e olivicolo-oleario</li> <li>Le frontiere della ricerca in Puglia, nel panorama nazionale ed internazionale</li> </ul>
	<b>Fiere ed Eventi</b>	<b>30</b>	<b>Organizzazione di eventi e fiere</b>	<p>Competenze:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Saper gestire la comunicazione aziendale attraverso l'organizzazione di eventi e le partecipazioni fieristiche.</li> </ul> <p>Conoscenze (Contenuti):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dall'idea alla fase progettuale, le diverse tipologie di eventi, tecniche di Project management; Strategie di marketing e pubblicità, la pubblicizzazione di un evento, il corredo grafico;</li> <li>L'organizzazione di un evento, gli aspetti organizzativi, la composizione dello staff, la gestione delle risorse umane, i fornitori, il network, le attività collaterali, il piano economico;</li> <li>L'importanza dell'Ufficio Stampa, Ufficio Stampa per gli eventi enogastronomici, tecniche di Ufficio Stampa, il messaggio da comunicare, "Confezionare" la notizia, l'uso dei sondaggi e dei dati, la creatività, cosa non comunicare, l'ufficio stampa ai tempi del web 2.0; Strategie di Marketing e Comunicazione attraverso il web; La legislazione degli eventi: le norme e le leggi inerenti al settore enogastronomico, la stipulazione di una assicurazione, i rapporti con la S.I.A.E.</li> <li>Introduzione al sistema fieristico nazionale e internazionale</li> </ul>

			nel settore agroalimentare e turistico; Le fiere, strumento di marketing e internazionalizzazione per le aziende; Pianificazione professionale del processo di partecipazione ad una manifestazione fieristica: il piano di comunicazione, il materiale informativo, lo stand, follow up, la valutazione dei ritorni; La programmazione degli eventi collaterali alla partecipazione fieristica: fuori salone, party, eventi di pubbliche relazioni. Come si organizza una fiera, esporre con successo: Case studies aziendali
Turismo enogastronomico e multifunzionale	50	<b>Organizzazione e Conduzione di una Visita didattica in azienda</b>	Competenze in uscita Saper organizzare e condurre una Visita didattica in azienda in lingua italiana e inglese Saper organizzare e gestire tour enogastronomici in lingua italiana e inglese
		<b>Organizzazione e gestione di tour enogastronomici</b>	Contenuti Saper parlare in pubblico: attitudini, gestualità e modo di porsi nei confronti del cliente Organizzazione delle risorse aziendali ai fini di una efficace presentazione dell'azienda Cooperazione con enti territoriali, associazioni e altre aziende per la costruzione di un percorso che sappia valorizzare l'azienda e il territorio nel quale essa opera
Tecniche di degustazione degli oli da Oliva	35	<b>Idoneità fisiologica assaggio olii</b>	Competenze: Saper riconoscere pregi e difetti degli olii vergini di oliva mediante analisi sensoriale Saper classificare gli oli vergini di oliva sulla base delle caratteristiche sensoriali  Conoscenze (Contenuti): Classificazione merceologica degli oli di oliva ai sensi della vigente normativa; Tecnica dell'assaggio dell'olio vergine di oliva. Descrizione del metodo ufficiale di analisi sensoriale: metodo COI. Panel Test – Metodo CEE All. XII Metodo COI Doc. T.20. Selezione dei candidati Costituzione di un Panel Descrizione degli attributi positivi e negativi previsti dal vocabolario La coltivazione dell'olivo e l'influenza delle cultivar sulle caratteristiche analitiche ed organolettiche e sul profilo sensoriale degli oli di oliva. Sensazioni positive: fruttato di oliva, altre sensazioni vegetali, amaro e piccante. Principali difetti dell'olio e cause che li hanno determinati: riscaldamento, avvinato, rancido, morchia, muffa. Caratteristiche chimico-fisiche degli oli d'oliva e loro analisi. Il difetto rancido e la sua caratterizzazione analitica. Influenza della tecnologia di lavorazione e della conservazione dell'olio sulle caratteristiche qualitative ed organolettiche degli oli di oliva. Il difetto riscaldamento e la sua caratterizzazione analitica. Tracciabilità e rintracciabilità. Il difetto avvinato e la sua caratterizzazione analitica. Il sistema HACCP nelle aziende del settore oleario e la sicurezza alimentare. Il descrittore amaro e la sua caratterizzazione analitica. L'etichettatura degli oli di oliva Normativa nazionale e comunitaria sulla disciplina degli oli a DOP ed IGP. Normativa nazionale e comunitaria sugli oli Biologici
Tecniche di degustazione dei vini	30	<b>Ais I livello</b>	Competenze: Saper riconoscere pregi e difetti dei vini mediante analisi sensoriale  Conoscenze (Contenuti): La figura del sommelier

				<p>Tecnica della degustazione: esame visivo  Tecnica della degustazione: esame olfattivo  Tecnica della degustazione - esame gustativo  Spumanti  Vini passiti, vendemmia tardiva, muffati, icewine, liquorosi, aromatizzati  Legislazione e enografia nazionale  Birra  Distillati  Visita a una azienda vitivinicola  Le funzioni del sommelier  Approfondimento sulla degustazione e autovalutazione</p>
<b>PROJECT WORK (90 ore)</b>	<b>PW</b>	<b>92</b>	<b>Progettazione del PW</b>	<p>Competenze in uscita  Saper realizzare un project work finale individuale definito in collaborazione con l'azienda sede di stage</p>
			<b>PW Finale</b>	<p>Contenuti  Concertare, negoziare e sviluppare attività di gruppi di lavoro per affrontare problemi, proporre soluzioni, contribuire a produrre, ordinare e valutare risultati collettivi</p>
<b>STAGE (800 ore)</b>	<b>Pre Stage</b>	<b>200</b>	<b>Pre Stage</b>	<p>Competenze tecnico-professionali:  Conoscere le dinamiche di una realtà produttiva leader nell'ambito enogastronomico  Saper individuare una tematica per sviluppare un project work di interesse in collaborazione con l'azienda sede di stage</p> <p>Competenze comuni:  Conoscere ed integrarsi in modelli organizzativi che operano nell'ambito della gestione e promozione dei beni enogastronomici</p>
	<b>Stage</b>	<b>600</b>	<b>Stage</b>	<p>Competenze tecnico-professionali:  Saper applicare le conoscenze e competenze acquisite in una realtà produttiva della filiera ortofrutticola  Saper implementare nell'azienda di stage ospitante il proprio project work individuale</p> <p>Competenze comuni:  Valutare le implicazioni dei flussi informativi rispetto all'efficacia ed efficienza della gestione dei processi produttivi o di servizio, individuando anche soluzioni alternative per assicurarne la qualità  Riconoscere, valutare e risolvere situazioni conflittuali e problemi di lavoro di diversa natura: tecnico-operativi, relazionali, organizzativi  Conoscere, analizzare, e monitorare negli specifici contesti, modelli di gestione di processi produttivi di beni e servizi  Gestire relazioni e collaborazioni nell'ambito della struttura organizzativa interna ai contesti di lavoro, valutandone l'efficacia  Gestire relazioni e collaborazioni esterne- interpersonali e istituzionali – valutandone l'efficacia;  Organizzare e gestire, con un buon livello di autonomia e responsabilità, l'ambiente lavorativo, il contesto umano e il sistema tecnologico di riferimento al fine di raggiungere i risultati produttivi attesi  Analizzare, monitorare e controllare, per la parte di competenza, i processi produttivi al fine di formulare proposte/individuare soluzioni e alternative per migliorare l'efficienza e le prestazioni delle risorse tecnologiche e umane impiegate nell'ottica del progressivo miglioramento continuo</p>

L'articolazione didattica potrebbe subire modifiche che dovranno essere proposte dal Comitato di Progettazione e Gestione del Corso, approvate dalla Giunta Esecutiva ed autorizzate dalla Regione Puglia.

Il Comitato di Progettazione e Gestione del Corso è composto da:

- Dott. Pasquale VENERITO
- Dott. Giuseppe MAGGI
- Prof. Vincenzo FUCILLI
- Dott.ssa Federica PASCALI
- Dott. Giuseppe Mauro FERRO

### **ART. 3**

#### **MODALITA' DIDATTICA**

Le lezioni si articoleranno prevalentemente in 5 ore giornaliere antimeridiane, dal lunedì al venerdì, e comunque, sulla base delle esigenze didattico/organizzative. In caso di esercitazioni e/o visite didattiche l'impegno giornaliero potrà raggiungere anche le 8 ore.

In occasione di festività civili o religiose potranno essere disposti periodi di sospensione delle attività didattiche, che saranno preventivamente comunicati agli studenti.

L'attività didattica - formativa sarà svolta sia attraverso lezioni (in aula e/o in laboratorio) – didattica laboratoriale, sia attraverso visite aziendali, analisi casi studio, realizzazione di Project work. In particolare, le lezioni verranno svolte attraverso un rapporto e confronto costante tra docente e studente il quale dovrà essere in grado di acquisire le conoscenze e competenze previste dal progetto.

### **ART. 4**

#### **PERCORSI/QUALIFICAZIONI "REGOLAMENTATI", ABILITAZIONI, PATENTINI**

Per coloro che frequenteranno regolarmente e con esito positivo alcune Unità Formative è previsto il conseguimento dei seguenti attestati supplementari, spendibili nel mondo del Lavoro nei casi e con le modalità previste dalla normativa vigente:

- Certificazione IELTS
- Attestato Formazione Personale Alimentarista Legge Reg. Puglia n. 22/07
- Attestato Sicurezza sul Lavoro RSPP/ASPP Modulo A
- Attestato Idoneità Fisiologica all'assaggio degli oli vergini di oliva
- Attestato Associazione Italiana Sommelier I Livello

### **ART. 5**

#### **IMPEGNI DELLA FONDAZIONE**

La Fondazione ITS si impegna a realizzare l'intervento formativo nei tempi e nelle modalità definiti dalla Regione Puglia e dal MIUR. Altresì, si impegna a restituire, solo al completamento dell'intero percorso di studi e relativa ammissione agli esami finali, la quota di € 180,00 complessivi per l'intero corso biennale versata, quale cauzione, prima dell'inizio del Corso.

### **ART. 6**

#### **IMPEGNI DELLO STUDENTE**

Lo studente si impegna a partecipare al corso secondo le modalità di svolgimento indicati dalla Fondazione, delle quali dichiara di aver preso piena conoscenza, e si impegna altresì a rispettare le eventuali modificazioni delle stesse che potranno essere adottate in corso di svolgimento e tempestivamente comunicate. Lo studente è tenuto a:



- collaborare al perseguimento degli obiettivi del corso frequentando con regolarità e puntualità le attività formative;
- firmare giornalmente il registro delle presenze (all'entrata ed all'uscita);
- compilare le schede di valutazione Docente e Unità Formativa concluse, entro il giorno successivo il termine dell'UF;
- firmare appositi registri riportanti l'elenco del materiale didattico messo a disposizione, indumenti protettivi consegnati, ecc;
- garantire un uso corretto e responsabile delle strutture, laboratori, apparecchiature e materiali a disposizione;
- osservare le norme in materie di sicurezza sia c/o l'IIS "V. Bachelet" di Copertino che nelle aziende durante visite/esercitazioni e/o stage;
- segnalare tempestivamente eventuali problematiche riscontrate;
- frequentare le lezioni secondo le modalità nel seguito indicate ed a completare l'apprendimento con lo studio individuale del materiale didattico nonché dell'eventuale ulteriore documentazione che i docenti e i tutor riterranno di mettere a disposizione;
- rispettare le Regole di comportamento definite dagli Organi di governo della Fondazione.

### **ART. 7 FREQUENZA**

La presenza di tutte le ore del corso dovrà essere registrata in un registro di presenze istituito dalla Fondazione e vidimato dalla Regione Puglia.

Per le attività di stage, lo studente disporrà di un registro di presenze personale nel quale, dovranno esser riportate le attività svolte e ulteriori dettagli richiesti. Il registro dovrà essere firmato dallo studente e controfirmato dal tutor aziendale e dal legale rappresentante dell'azienda.

### **ART. 8 RICONOSCIMENTO CREDITI IN INGRESSO**

Il DPCM del 25/01/2008 prevede la possibilità di riconoscere nell'ambito dei Corsi ITS Crediti Formativi in ingresso.

L'accertamento delle competenze in ingresso sarà effettuata da una Commissione, nominata dalla Giunta Esecutiva, che provvederà alla certificazione delle competenze.

La Commissione di cui sopra, tenuto conto del dossier predisposto dallo studente e delle competenze in esito previste dalle Unità Formative per le quali si chiede il riconoscimento del credito, procederà all'accertamento mediante un colloquio o prova di riscontro argomentando per iscritto la propria decisione.

Il riconoscimento del credito formativo comporterà l'esonero totale o parziale dalla frequenza delle ore previste per la specifica Unità Formativa.

Gli interessati dovranno presentare domanda redatta in carta semplice, indirizzata al Presidente della Fondazione e corredata del dossier (copia di certificazioni/attestati/diplomi con il programma dell'insegnamento/modulo, ecc).

### **ART. 9 ASSENZE**

La percentuale massima di assenze previste è pari al 20% del monte ore complessivo. Il superamento di tale percentuale comporta la non ammissione agli esami finali. In caso di assenza per giorni ripetuti lo studente deve motivare la sua assenza e se il caso, consegnare certificato medico.

## ART. 10

### MODALITA' DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

L'andamento delle attività di formazione sarà periodicamente monitorato. Al termine di ciascuna Unità Formativa è prevista, alla presenza del docente, una verifica scritta che ha l'obiettivo di verificare l'apprendimento del singolo allievo in termini di competenze e conoscenze. Terminata la prova, il docente potrà fornire dettagli/informazioni in merito a punti critici/elementi da approfondire, ecc.

Le modalità di valutazione dell'apprendimento avverranno nel seguente modo:

- la percentuale di ore frequentate per poter sostenere la verifica di fine Unità Formativa l'ultimo giorno di lezione con il docente è il 60% del monte ore complessivo dell'UF assegnata al docente;
- il recupero della verifica di fine UF, non superata o non sostenuta, con una prova bis, sarà svolta in un'unica sessione alla presenza del Tutor e Coordinatore del Corso e altra figura nominata dalla Fondazione;
- in caso di verifica non superata o non sostenuta nella sessione di recupero, in concomitanza degli esami di fine semestre la Commissione nominata dalla Fondazione provvederà ad accertare, con prova scritta e/o orale, le conoscenze e competenze possedute in merito alla UF per la quale si ha il debito.

A conclusione del semestre è previsto un esame orale la cui valutazione farà media con quella delle singole Unità Formative.

## ART. 11

### CERTIFICAZIONE FINALE

Il diploma di tecnico superiore sarà rilasciato dal Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, previa verifica finale delle competenze acquisite.

La Nota Operativa del MIUR prevede che *“Alle prove di verifica finale sono ammessi gli studenti che abbiano frequentato i percorsi formativi realizzati dagli ITS per almeno l'80% della loro durata complessiva e che siano stati valutati positivamente dai docenti dei percorsi medesimi, anche sulla base della valutazione operata dal tutor aziendale, a conclusione delle attività formative, ivi compresi i tirocini. Ai fini della valutazione complessiva, finalizzata all'ammissione alle prove di verifica finale, si terrà conto altresì degli esiti delle verifiche intermedie predisposte dall'ITS durante lo svolgimento delle attività formative”*.

Lo svolgimento dell'esame finale è disciplinato dal MIUR. Il decreto sul quale è stata raggiunta l'Intesa in Conferenza Unificata nella seduta del 3 marzo 2016, prevede che:

- la prova teorico-pratica concerne la trattazione e la soluzione di un problema tecnico-scientifico, strettamente correlato all'area tecnologica ed ambito di riferimento del percorso formativo;
- la prova scritta consiste in n. 3 set di domande a risposta chiusa a scelta multipla ed è tesa a valutare conoscenze ed abilità nell'applicazione di principi e metodi scientifici nello specifico contesto tecnologico cui si riferiscono le competenze tecnico-professionali nazionali del percorso;
- la prova orale concerne la discussione di un progetto di lavoro (project work) sviluppato nel corso del tirocinio.

Il diploma di tecnico superiore costituisce titolo per l'accesso ai pubblici concorsi ai sensi dell'articolo 5, comma 7, del d.P.C.M 25 gennaio 2008. Il diploma conseguito fa riferimento al V° livello del Quadro Europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente E.Q.F.

Per sostenere gli esami finali è previsto il pagamento di € 12,90. Altresì, per ritirare il diploma il pagamento di € 15,13 (Nota del MIUR – Dipartimento per l'istruzione del 26/05/2014).

La Fondazione ITS rilascia come supplemento al diploma di studio, un certificato che riporta, anche in lingua inglese e secondo modelli conformi a quelli adottati dai Paesi europei, le principali indicazioni relative al curriculum seguito dallo studente per conseguire il titolo. Il Supplemento al diploma (Diploma Supplement) è un certificato rilasciato al termine del percorso di studio. Sviluppato su iniziativa della Commissione europea, del Consiglio d'Europa e dell'UNESCO, ha lo scopo di: promuovere la mobilità internazionale di studenti e lavoratori; superare gli ostacoli che non consentono un'adeguata usabilità; favorire il riconoscimento accademico e professionale delle qualifiche.

### **ART. 12 PREMIO DI STUDIO**

Al termine del corso ITS, è previsto n. 1 Premio di studio di € 1.000,00 che sarà assegnato allo studente più meritevole.

### **ART. 13 REFERENTI**

Lo studente potrà rivolgersi a:

1. Prof. Vito Nicola Savino (Responsabile del Progetto e Presidente della Fondazione), [presidenza@itsagroalimentarepuglia.it](mailto:presidenza@itsagroalimentarepuglia.it)
2. D.S. Giuseppe Prete (Direttore del Corso e Dirigente Scolastico dell'IIS "V. Bachelet" di Copertino), [gi.prete@libero.it](mailto:gi.prete@libero.it)
3. Prof. Tommaso Santantonio (Coordinatore delle attività formative del Corso),
4. Dott. Giuseppe Maggi (Coordinatore delle attività non formative del Corso), [g.maggi@itsagroalimentarepuglia.it](mailto:g.maggi@itsagroalimentarepuglia.it)
5. Dott. Vito Ricci De Michele (Tutor d'aula), \_\_\_\_\_

### **ART. 14 INFORMATIVA E CONSENSO AL TRATTAMENTO DATI PERSONALI**

Lo studente autorizza la Fondazione ITS – Istituto Tecnico Superiore per l'Area "Made in Italy – Sistema Alimentare – Settore Produzioni Agroalimentari" a trattare ed a comunicare a terzi i suoi dati personali e/o immagini proprie in relazione agli adempimenti connessi alla realizzazione delle attività di realizzazione del Corso ITS nonché attività atte a favorire il Job Placement, nel rispetto del D.Lgs 196/2003.

### **ART. 15 RISERVATEZZA**

Lo studente si obbliga, sin da ora, a non divulgare alcuna informazione riservata a terzi o usare alcuna informazione riservata per scopi diversi dalle attività previste dal presente patto.

Per informazioni riservate si intendono tutti i dati, informazioni tecniche, scientifiche, documentazioni, strategie commerciali e di ricerca, segreti commerciali e know-how, divulgati sia oralmente che per iscritto.

### **ART. 16 DISPOSIZIONE FINALE**

Per quanto non previsto nel presente contratto, si applicano le disposizioni contenute nella normativa vigente, direttive e circolari relative alla gestione di Corsi ITS istituiti ai sensi del DPCM del 25/01/2008.

Letto, approvato e sottoscritto

Il Presidente della Fondazione \_\_\_\_\_

Lo Studente \_\_\_\_\_

20

BOLZA