

# “Tecnico Superiore Local Food Digital Marketing”

**Acronimo**

***LOA.DI.NG.***

**Sede: Cerignola / Vico del Gargano**



# Finalità del Corso (da bando sel all.)

Il corso si pone l'obiettivo di formare Tecnici Superiori con specifiche conoscenze delle eccellenze agroalimentari del territorio di appartenenza e competenze professionali per l'implementazione di strategie di web marketing per la valorizzazione.

L'esperto sarà in grado di sviluppare contenuti per il Digital storytelling di prodotti agroalimentari ottimizzando l'indicizzazione sui motori di ricerca e realizzando piani di social media marketing.



# Finalità del Corso (da bando sel all.)

Gli esperti formati saranno in grado, sulla base degli obiettivi aziendali e delle peculiarità dei prodotti agroalimentari, di individuare la soluzione di e-commerce più idonea alla promozione e vendita del prodotto.

Sarà inoltre in grado di gestire piattaforme di commercio elettronico per il food, monitorare le fasi di vendita e scegliere gli strumenti digitali più efficaci e utili allo scopo.



# Sbocchi occupazionali del Corso

(da bando sel all.)

Il Tecnico Superiore potrà svolgere la propria professione in qualità di dipendente e/o consulente di Aziende di produzione, trasformazione e distribuzione di prodotti agroalimentari. Inoltre, l'Esperto potrà operare la propria professione in enti territoriali, consorzi di tutela, fondazioni e imprese nonché agenzie di comunicazione e marketing.



## AREE

DENOMINAZIONE AREA	ORE
TRASVERSALE	75
INGLESE - INFORMATICA E IMPRESA 4.0	100
NORMATIVE	92
FILIERE	260
TECNICA - ABILITANTE	150
TECNICA PROFESSIONALE DIGITAL MARKETING STRATEGICO	215
TECNICA PROFESSIONALE DIGITAL MARKETING OPERATIVO	265
PROJECT WORK	43
STAGE	800
<b>TOTALE</b>	<b>2000</b>



## AREA TRASVERSALE

NOME UNITA' FORMATIVA	ORE
<b>Accoglienza e Presentazione del Progetto Formativo</b>	<b>5</b>
<b>Orientamento e Bilancio delle Competenze</b>	<b>20</b>
<b>Comunicazione Interpersonale efficace</b>	<b>25</b>
<b>Imprenditività e Imprenditorialità</b>	<b>25</b>
<b>TOTALE</b>	<b>75</b>



## AREA INGLESE - INFORMATICA IMPRESA 4.0

NOME UNITA' FORMATIVA	ORE
Inglese (IELTS)	50
Informatica (EIPASS)	25
Impresa 4.0	25
<b>TOTALE</b>	<b>100</b>



## AREA NORMATIVE

<b>NOME UNITA' FORMATIVA</b>	<b>ORE</b>
<b>Sicurezza alimentare</b>	<b>25</b>
<b>Sicurezza sui Luoghi di Lavoro per Lavoratori</b>	<b>16</b>
<b>Privacy Specialist (GDPR 679/16)</b>	<b>16</b>
<b>Certificazioni di Qualità</b>	<b>25</b>
<b>Sviluppo di Area Normative</b>	<b>10</b>
<b>TOTALE</b>	<b>92</b>





## AREA FILIERE

NOME UNITA' FORMATIVA	ORE
Organizzazione e Funzionamento delle Filiere Agroalimentari	25
Le filiere dei prodotti Viti-vinicoli	25
Le filiere dei prodotti Olivicoli-oleari	25
Le filiere dei prodotti delle leguminose da granella	25
Le filiere dei prodotti cerealicoli	25
Le filiere dei prodotti caseari	25
Le filiere dei prodotti frutticoli	25
Le filiere dei prodotti orticoli	25
Le filiere dei prodotti ittici	25
Le filiere dei prodotti carnei	25
Sviluppo di Area FILIERE	10
<b>TOTALE</b>	<b>260</b>



## AREA TECNICA ABILITANTE

<b>NOME UNITA' FORMATIVA</b>	<b>ORE</b>
<b>Inglese Tecnico</b>	<b>50</b>
<b>Visit Study</b>	<b>25</b>
<b>Seminari</b>	<b>15</b>
<b>Creazione di impresa</b>	<b>25</b>
<b>Elementi di storia, geografia e antropologia del territorio</b>	<b>25</b>
<b>Sviluppo di Area Abilitante</b>	<b>10</b>
<b>TOTALE</b>	<b>150</b>



**AREA TECNICA PROFESSIONALE DIGITAL MARKETING STRATEGICO**

<b>NOME UNITA' FORMATIVA</b>	<b>ORE</b>
<b>Principi fondamentali del Marketing: dalle 4 P alle 4 C.</b>	<b>25</b>
<b>Brand positioning</b>	<b>25</b>
<b>Il marketing digitale</b>	<b>25</b>
<b>I social network</b>	<b>25</b>
<b>Strategie di marketing</b>	<b>30</b>
<b>Digital marketing mix</b>	<b>25</b>
<b>Seo e Sem per la comunicazione digitale</b>	<b>25</b>
<b>Advertising online su social network</b>	<b>25</b>
<b>Sviluppo di Area Digital Marketing Strategico</b>	<b>10</b>
<b>TOTALE</b>	<b>215</b>



## AREA TECNICA PROFESSIONALE DIGITAL MARKETING OPERATIVO

NOME UNITA' FORMATIVA	ORE
Content marketing: dal copywriting al digital storytelling	25
Neuro marketing e psicologia del marketing	25
Customer Relationship Management (CRM)	25
Marketing esperienziale e co-branding	25
Social media marketing su Facebook e Instagram	25
Influencer marketing e digital PR	25
Packaging narrativo e cenni di logistica	25
E-commerce: dai marketplace a Amazon	30
Massagistica istantanea per il marketing	25
Retail marketing e Merchandising marketing	25
Sviluppo di Area Digital Marketing Operativo	10
<b>TOTALE</b>	<b>265</b>



## AREA PROJECT WORK

NOME UNITA' FORMATIVA	ORE
Progettazione del PW	10
Project Work Finale	33
<b>TOTALE</b>	<b>43</b>

## AREA STAGE

NOME UNITA' FORMATIVA	ORE
PRE-STAGE	200
STAGE	600
<b>TOTALE</b>	<b>800</b>



## CERTIFICAZIONI /ATTESTATI SUPPLEMENTARI

**Formazione Personale Alimentarista Legge Reg. Puglia n. 22 /07**

**Attestato EIPASS 7, validità internazionale di n.3 anni**

**Sicurezza sui luoghi di lavoro per lavoratori (Formazione base e specifica rischio basso) ai sensi del testo Unito 81/08 e Intesa Stato Regioni CU del 2016**

**Certificazione linguistica IELTS per la lingua inglese**

**Attestato di Privacy Specialist**

**Certificazione in Google Analytics**

**Certificazione in Google Advertising**



# Componenti del Comitato di Progettazione e Gestione del Corso

Nominativo	Posizione
Prof. Antonio Elia	Componente interno (Docente Universitario)
Prof. Fulvio Cavaliere	Componente esterno (esperto del mondo del lavoro)
Dott.ssa Sabrina Pupillo	Componente esterno (esperto del mondo del lavoro)
Dott.ssa Ilaria Grifa	Componente esterno (esperto del mondo del lavoro)
Dott. Antonio Augello	Componente esterno (esperto del mondo del lavoro)
Dott. Giuseppe Mazzone	Componente interno

