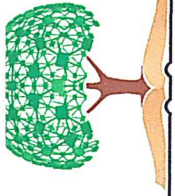


**ARTICOLAZIONE DIDATTICA DEL CORSO ITS IX CICLO**  
**"TECNICO SUPERIORE NELLA VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI LOCALI DI QUALITÀ" SEDE TROIA**

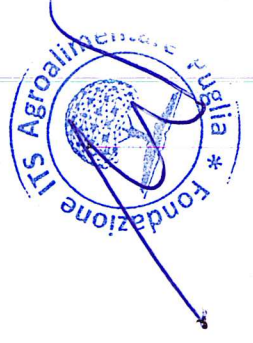
AREA:	ORE AREA	UNITA' FORMATIVA:	ORE U.F.	CONOSCENZE E COMPETENZE IN USCITA:	Teoria	Pratica	Laboratorio /Visita didattica
<b>TRASVERSALE</b>	<b>75</b>	<b>Orientamento e Bilancio delle Competenze</b>	<b>20</b>	Individuare i punti di forza del proprio bagaglio di competenze e risorse e gli elementi da potenziare/sviluppare, valutandone la spendibilità e trasferibilità in contesti lavorativi. Elaborare un progetto di sviluppo professionale coerente e realistico in base al progetto formativo. Saper lavorare in gruppo. Essere capace di massimizzare l'uso della propria creatività.	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>0</b>
		<b>Comunicazione Interpersonale efficace</b>	<b>25</b>	Acquisire i concetti di base per migliorare e per rendere efficace la propria comunicazione e le relazioni interpersonali e professionali. Acquisire i concetti di base per migliorare e per rendere efficace l'attività di negoziazione. Capacità di comprendere l'importanza del relazionarsi in maniera efficace. Acquisire un metodo generale per la risoluzione dei problemi. Conoscere ed attuare le regole del Public Speaking.	<b>12,5</b>	<b>12,5</b>	<b>0</b>
		<b>Imprenditività</b>	<b>25</b>	Saper lavorare con spirito e competenze imprenditoriali anche in imprese non proprie.	<b>7,5</b>	<b>17,5</b>	<b>0</b>
<b>(BASE) INGLESE - INFORMATICA IMPRESA 4.0</b>	<b>100</b>	<b>Inglese (IELTS)</b>	<b>50</b>	Presentare oralmente o in un testo scritto se stessi, l'azienda e i prodotti/servizi che offre. Chiedere e fornire informazioni inerenti la qualità delle produzioni, 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).	<b>25</b>	<b>25</b>	<b>0</b>

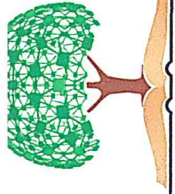


FONDAZIONE ITS  
ISTITUTO TECNICO SUPERIORE

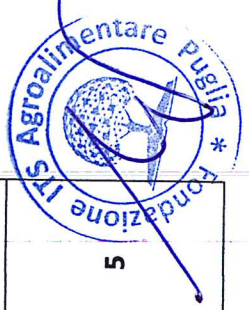
Area "Nuove Tecnologie per il Made in Italy"  
Sistemi Alimentari - Scienze Produzioni Agroalimentari

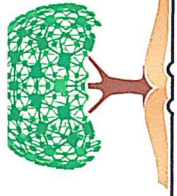
<b>BASE (NORMATIVE)</b>	<b>142</b>					<b>Gestire una trattativa commerciale con operatori commerciali esteri.</b> <b>Migliorare le competenze linguistiche di lettura, ascolto e comunicazione.</b> <b>Acquisizione di competenze finalizzate ad ottenere il miglior livello di certificazione linguistica.</b>				
						<b>Impresa 4.0</b>	<b>25</b>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
						<b>Sicurezza alimentare - Le Normative e processi per l'analisi dei rischi e controllo dei punti critici</b>	<b>25</b>	<b>17,5</b>	<b>7,5</b>	<b>0</b>
		<b>Sicurezza alimentare - Tracciabilità, Etichettatura, allergeni</b>	<b>25</b>	<b>17,5</b>	<b>7,5</b>	<b>0</b>				





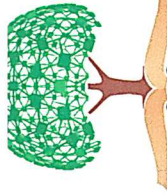
				<p>Conoscere la normativa di base nazionale e comunitaria di riferimento.</p> <p>Conoscere le problematiche di tutela con particolare riferimento alle DOP, IGP, STG.</p> <p>Conoscere gli adempimenti necessari per l'ottenimento e il mantenimento di una certificazione a D.O.</p> <p>Conoscere i prodotti regionali a denominazione di origine.</p> <p>Saper riconoscere le caratteristiche di un disciplinare di produzione di un prodotto a D.O.</p> <p>Saper descrivere un prodotto a Denominazione di Origine.</p>	12,5	7,5	5
	<p><b>Certificazioni di Qualità - Denominazioni di tutela dei prodotti agroalimentari</b></p>	25		<p>Conoscere le principali certificazioni di sistema/prodotto di interesse per i prodotti agroalimentari regionali (Global Gap, Biologico, etc.).</p> <p>Saper individuare le certificazioni da utilizzare come strumento di promozione per i beni enogastronomici.</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>	12,5	7,5	5
	<p><b>Certificazioni di Qualità - Le Certificazioni volontarie di sistema e di prodotto</b></p>	25					
	<p><b>Organizzazione e Funzionamento delle Filiere Agroalimentari</b></p>	25		<p>Saper individuare l'organizzazione di una filiera del sistema agroalimentare regionale, nazionale e internazionale.</p> <p>Saper riconoscere le forme giuridiche delle imprese .</p> <p>Saper riconoscere le forme di integrazione e cooperazione di una filiera.</p> <p>Saper interpretare un bilancio e conto economico aziendale.</p> <p>Saper riconoscere le forme di aggregazione di imprese (rete di imprese).</p>	17,5	7,5	0
<p><b>(BASE) FILIERE</b></p>		260		<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere vitivinicole nazionali e del territorio.</p> <p>Saper individuare le varietà 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>	12,5	7,5	5





				Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni enologiche del territorio.				
				Conoscere le peculiarità produttive delle filiere olivicole-olearie, nazionali e del territorio. Saper individuare le varietà locali, areali di produzione e sistemi di allevamento olivicoli presenti nel territorio nazionale e regionale. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi elaiotecnici delle produzioni regionali. Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni olearie del territorio.	25	12,5	7,5	5
				Conoscere le peculiarità produttive delle filiere cerealicole nazionali e del territorio. Saper individuare le cultivar e le varietà, areali di produzione e sistemi di coltivazione cerealicoli presenti nel territorio nazionale e regionale. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione della pasta dei prodotti da forno delle produzioni regionali. Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di pasta e prodotti da forno del territorio.	25	12,5	7,5	5
				Conoscere le peculiarità produttive delle filiere delle leguminose da granella nazionali e del territorio. Saper individuare le cultivar e le varietà, areali di produzione e sistemi di coltivazione di leguminose da granella presenti nel territorio nazionale e regionale. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la trasformazione delle produzioni regionali. Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di leguminose da granella del territorio.	25	12,5	7,5	5

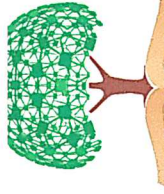




FONDAZIONE ITS  
ISTITUTO TECNICO SUPERIORE  
Area "Nuove Tecnologie per il Made in Italy"  
Sistema Alimentare - Settore Produzioni Agroalimentari\*

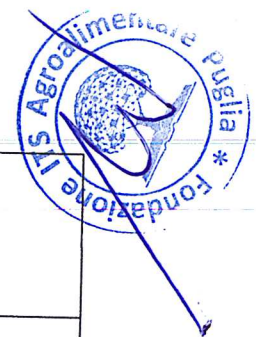
	<p><b>La filiera dei prodotti lattiero caseari</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere casearie nazionali e del territorio. Saper individuare le razze, areali di allevamento e sistemi zootecnici per la produzione di latte e derivati presenti nel territorio nazionale e regionale. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di latte e derivati presenti nelle produzioni regionali. Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di pasta e prodotti da forno del territorio.</p>	<p><b>12,5</b></p>	<p><b>7,5</b></p>	<p><b>5</b></p>
	<p><b>La filiera orticola</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere ortofrutticole nazionali e del territorio. Saper individuare le cultivar e le varietà, areali di produzioni e sistemi di allevamento per la produzione di ortofrutta presenti nel territorio nazionale e regionale. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di ortofrutta e derivati presenti nelle produzioni regionali. Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di ortofrutta e derivati del territorio.</p>	<p><b>12,5</b></p>	<p><b>7,5</b></p>	<p><b>5</b></p>
	<p><b>La filiera frutticola</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere ortofrutticole nazionali e del territorio. Saper individuare le cultivar e le varietà, areali di produzioni e sistemi di allevamento per la produzione di ortofrutta presenti nel territorio nazionale e regionale. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di ortofrutta e derivati presenti nelle produzioni regionali. Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di ortofrutta e derivati del territorio.</p>	<p><b>12,5</b></p>	<p><b>7,5</b></p>	<p><b>5</b></p>



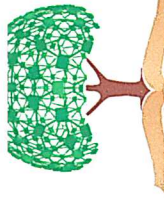


**FONDAZIONE ITS**  
**ISTITUTO TECNICO SUPERIORE**  
 Area "Nuove Tecnologie per il Made in Italy"  
 Sistema Alimentare - Scienze Produzioni Agroalimentari

	<p><b>La filiera dei prodotti ittici</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere ittiche nazionali e del territorio.          Saper individuare le specie, areali produzione e sistemi di allevamento e di pesca del territorio nazionale e regionale.          Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per l'allevamento e la pesca presenti nelle produzioni regionali.          Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni ittiche e derivati del territorio.</p>	<p><b>12,5</b></p>	<p><b>7,5</b></p>	<p><b>5</b></p>
	<p><b>La filiera dei prodotti zootecnici</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere zootecniche nazionali e del territorio.          Saper individuare le specie/razze, areali produzione e sistemi di allevamento del territorio nazionale e regionale.          Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi zootecnici per l'allevamento e trasformazione presenti nelle produzioni regionali.          Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni zootecniche del territorio.</p>	<p><b>12,5</b></p>	<p><b>7,5</b></p>	<p><b>5</b></p>
<p><b>(TECNICO PROFESSIONALE )TECNICHE DI DEGUSTAZIONE E STORYTELLING</b></p>	<p><b>Inglese Tecnico</b></p>	<p><b>50</b></p>	<p>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.          Esporre oralmente descrizioni e presentazioni su argomenti dell'agroalimentare.          Produrre testi scritti su argomenti del sistema agroalimentare, comparando e sintetizzando informazioni provenienti da fonti diverse</p>	<p><b>25</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p><b>0</b></p>

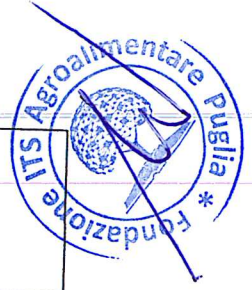


		<p><b>Laboratorio di analisi sensoriale in lingua inglese</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Interagire in conversazioni (orali) e comunicazioni (scritte) relative ad argomenti di analisi sensoriale di prodotti enogastronomici. Esporre oralmente descrizioni e presentazioni su argomenti dell'analisi sensoriale, sviluppandone e supportandone i contenuti con approfondimenti in tema di degustazione.</p> <p>Conoscere le tecniche di degustazione e saper riconoscere pregi e difetti sensoriali riscontrabili nei prodotti carni trasformati. Saper conoscere e individuare i differenti prodotti carni trasformati della Puglia.</p> <p>Saper riconoscere le peculiarità dei processi di produzione presenti nel territorio.</p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>25</b></p>
		<p><b>Tecniche di degustazione dei salumi</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Conoscere le tecniche di degustazione e saper riconoscere pregi e difetti sensoriali riscontrabili nei diversi prodotti lattiero-caseari. Saper conoscere e individuare i differenti prodotti tipici caseari della Puglia.</p> <p>Saper riconoscere le peculiarità dei processi di produzione lattiero caseari presenti nel territorio.</p> <p>Saper individuare gli aspetti nutrizionali e salutistici delle produzioni lattiero casearie territoriali.</p> <p>Saper elaborare e sviluppare un piano di comunicazione adeguato a ciascuna esigenza.</p>	<p><b>5</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>20</b></p>
		<p><b>Tecniche di degustazione dei formaggi</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Conoscere le tecniche di degustazione e saper riconoscere pregi e difetti sensoriali riscontrabili nei diversi prodotti lattiero-caseari. Saper conoscere e individuare i differenti prodotti tipici caseari della Puglia.</p> <p>Saper riconoscere le peculiarità dei processi di produzione lattiero caseari presenti nel territorio.</p> <p>Saper individuare gli aspetti nutrizionali e salutistici delle produzioni lattiero casearie territoriali.</p> <p>Saper elaborare e sviluppare un piano di comunicazione adeguato a ciascuna esigenza.</p>	<p><b>5</b></p>	<p><b>0</b></p>	<p><b>20</b></p>
		<p><b>Comunicazione di prodotto e storytelling</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Saper padroneggiare strumenti e tematiche per il raggiungimento dell'obiettivo finale secondo i tempi ed il budget prefissati.</p> <p>Saper modulare 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 speciale (buyer, tour operator, istituzioni, imprenditori).</p>	<p><b>15</b></p>	<p><b>10</b></p>	<p><b>0</b></p>
		<p><b>Elementi di storia, geografia e antropologia del territorio</b></p>	<p><b>25</b></p>	<p>Avere una buona conoscenza del territorio, della sua storia, dell'evoluzione e l'eredità culturale</p>	<p><b>17,5</b></p>	<p><b>7,5</b></p>	<p><b>0</b></p>

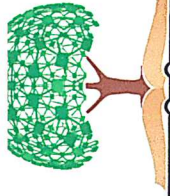


FONDAZIONE ITS  
 ISTITUTO TECNICO SUPERIORE  
 Area "Nuove Tecnologie per il Made in Italy"  
 Sistema Alimentare - Scienze Food Safety e Agroalimentari

<b>(TECNICO          PROFESSIONALE          )          MARKETING          AGROALIMENTA          RE</b>	<b>260</b>	<b>Gestione          economica          aziendale</b>	<b>25</b>	<p>Conoscere gli aspetti connessi alla misurazione e controllo dei fenomeni aziendali, ai bilanci interni ed esterni, ai metodi di determinazione quantitativa per le decisioni strategiche e operative, al controllo di gestione.</p> <p>Conoscenze di base nel campo delle economie aziendali e della ragioneria generale ed applicata.</p> <p>Conoscenze in ambito contabile-amministrativo.</p> <p>Conoscenze nel campo delle strategie e politiche aziendali</p> <p>Conoscenza degli strumenti e metodologie di determinazione dei costi.</p> <p>Conoscenza dei sistemi e strumenti di programmazione aziendale e di controllo di gestione.</p> <p>Conoscenza del funzionamento e del significato dei documenti di bilancio.</p> <p>Saper trattare i dati per favorire i diversi processi decisionali. Saper analizzare ed elaborare strategie aziendali.</p> <p>Saper utilizzare gli strumenti di analisi dei costi per le decisioni aziendali di lungo e breve periodo.</p> <p>Saper utilizzare e interpretare gli schemi di bilancio.</p>	<b>15</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
				<p>Conoscere e saper redigere un business plan applicato ad un'azienda agroalimentare</p>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>20</b>
				<p>Conoscere i principali strumenti e bandi di finanziamento e saper redigere un progetto per l'ottenimento di un finanziamento per intraprendere percorsi di autoimprenditorialità.</p>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>20</b>

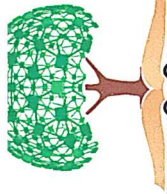






				<p>Conoscere le leve e le tecniche di marketing. Saper pianificare le attività di un'azienda nel lungo periodo. Saper determinare la strategia competitiva più adatta per conseguire gli obiettivi aziendali in un termine di media/lunga durata. Saper scegliere la strategia di sviluppo più adatta in base alle risorse, alle competenze e alle potenzialità dell'impresa. Utilizzare gli strumenti del marketing per valorizzare prodotti/servizi/culturali. Effettuare analisi di benchmarking su strategie commerciali e marketing. Definire caratteristiche di prodotti/servizi da immettere sul mercato. Coordinare l'attività delle agenzie di comunicazione per la realizzazione dei materiali promozionali</p>	15	10	0
			<p>Conoscenza di marketing management relativo al territorio. Il concetto di mercato territoriale e di confini territoriali. Individuare e comunicare valori e caratteristiche del territorio. Attrarre risorse adeguate e fare sistema tra gli "attori" deputati allo sviluppo del territorio. Elaborare e gestire progetti di sviluppo turistico locale. Promuovere l'immagine e le attività turistiche di forte appeal legate a bene materiali ed immateriali. Pianificare azioni di valorizzazione delle produzioni locali. Utilizzare metodologie di marketing. Pianificare e gestire azioni per la valorizzazione dei prodotti locali legati all'aspetto turistico. Pianificare e gestire prodotti turistici.</p>	25	10	0	
			<p>Comprendere le possibilità di marketing relazionale, esperienziale ed emozionale. Comprendere le caratteristiche specifiche dello strumento principe di socialnetwork, condizioni e termini di utilizzo, limiti commerciali e pubblicazione contenuti Gestire social network per la valorizzazione delle produzioni locali di qualità</p>	25	7,5	17,5	





			<p>Valorizzare le produzioni locali di qualità attraverso l'E-commerce. Utilizzare strategie di marketing e contribuire a realizzare piani di marketing con riferimento a specifiche tipologie di prodotto. Capacità di progettazione e di pianificazione strategica. Capacità di vendere il prodotto territorio all'esterno. Analizzare sistemi tradizionale ed innovativi sulle vendite dei prodotti enogastronomici. Comprendere gli obiettivi di marketing di un'impresa. Occuparsi del controllo di gestione. Elaborare strategie per l'acquisizione del traffico. Sviluppare capacità nella preparazione di Marketing Plan strutturati. Monitorare il customer service. Supervisionare le strategie di marketing per migliorare la user experience. Incrementare i contatti attraverso la creazione di annunci sponsorizzati. Favorire la brand awareness attraverso la creazione di banner. Organizzare e gestire assistenza post-vendita. Saper monitorare la soddisfazione dei clienti.</p>	7,5	0	17,5
<b>Marketing digitale ed e-commerce</b>	<b>25</b>					
<b>Casi studio di marketing agroalimentare e storie di successo</b>	<b>25</b>		Saper individuare i punti critici di successo e di insuccesso a partire da casi concreti	7,5	17,5	0
<b>Ricerche di mercato e analisi dati di vendita</b>	<b>25</b>		Saper raccogliere, analizzare ed elaborare dati per consentire all'azienda di pianificare strategie di vendita e campagne di marketing. Saper predisporre indagini di mercato per valutare le preferenze dei consumatori, i bisogni e le abitudini di acquisto. Studiare i report di Analytics. Saper raccogliere dati statistici e analizzare studi di settore per identificare le tendenze di mercato e nuovi potenziali target commerciali.	10	0	15
<b>Fiere ed eventi</b>	<b>25</b>		Saper gestire la comunicazione aziendale attraverso l'organizzazione di eventi e le partecipazioni fieristiche.	10	7,5	7,5

