

CORSO ITS
“TECNICO SUPERIORE RESPONSABILE ALLE VENDITE DEI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI
Acronimo “VENDOFOOD”

FINALITÀ DEL CORSO

Il percorso formativo professionalizzante ha l’obiettivo di formare Tecnici Superiori con specifiche conoscenze e capacità professionali e manageriali nel settore delle produzioni tipiche di qualità, della ristorazione, della piccola e media distribuzione, dei prodotti agroalimentari del territorio e delle attività di promozione e comunicazione al fine della diffusione, vendita e valorizzazione dei beni enogastronomici. L’esperto sarà in grado di svolgere attività di promozione dei prodotti enogastronomici per conto della piccola e media distribuzione mediante strategie di *merchandising*, definite e contenute in un piano volto alla vendita e diffusione dei prodotti enogastronomici tipici del territorio. Dovrà essere in grado di indicare anche i mezzi di comunicazione ritenuti più idonei a raggiungere i diversi target e a creare in genere una relazione con i diversi stakeholder del comparto agroalimentare anche mediante l’ausilio di piattaforme informative (sito Web, webApp, social network, blog).

Inoltre, attuerà azioni di analisi e monitoraggio di tali attività attraverso gli strumenti di misurazione e reportistica.

POSSIBILI SBOCCHI OCCUPAZIONALI

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. Può essere free-lance o parte di una organizzazione, pubblica o privata.

ATTESTATI INTEGRATIVI

- Idoneità Fisiologica all’assaggio degli oli Vergini di Oliva DM 18/06/2014
- Assaggiatore di vino I livello
- Certificazione linguistica IELTS per la lingua inglese
- Formazione Personale Alimentarista Legge Reg. Puglia n. 22/07
- Attestato Sicurezza sui luoghi di lavoro per Lavoratori (Formazione Generale e Specifica Rischio Alto) art.37 Testo Unico 81/08
- Attestato EIPASS 7
- Attestato Privacy Specialist

**UNITÀ FORMATIVE DEL CORSO ITS
TECNICO SUPERIORE RESPONSABILE ALLE VENDITE DEI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI
Andria (BAT)/Martina Franca (TA)- Acronimo "VENDOFOOD"**

AREA:	ORE ARE A	UNITA' FORMATIVA:	ORE	CONOSCENZE E COMPETENZE IN USCITA:	Teoria	Pratica	Laboratorio Visita didattica
TRASVERSALE	75	Imprenditività e Imprenditorialità	25	Saper lavorare con spirito e competenze imprenditoriali anche in imprese non proprie. Conoscere il ruolo e le responsabilità a carico dell'imprenditore. Saper riconoscere il significato di mission e vision di un'organizzazione aziendale. Saper riconoscere le forme giuridiche di un'impresa. Conoscere le forme contrattuali di lavoro. Saper sviluppare una business idea	20	5	0
INGLESE - INFORMATICA IMPRESA 4.0	100	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. Miglioramento delle competenze linguistiche di lettura, ascolto e parlato. Acquisizione di competenze finalizzata ad ottenere il miglior livello di certificazione linguistica.	30	20	0
		Informatica	25	Descrivere i concetti di software e hardware, conosce 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. Sa utilizzare la rete Internet per la ricerca e condivisione di informazioni, e per un uso consapevole dei servizi online. Impostare gli account per l'accesso ai servizi di comunicazione e modificarne le impostazioni per adattarli alle proprie esigenze. Sa usare proattivamente i servizi di comunicazione, predisponendo filtri e impostazioni di sicurezza, per proteggere i dati personali e i dispositivi utilizzati; utilizzare correntemente programmi applicativi di elaborazione e trattamento testi. È in grado di creare e gestire documenti, e elaborare e formattare contenuti complessi, perché conosce e applica gli strumenti disponibili (riferimenti, gestione delle funzionalità collaborative, della stampa unione). Elabora e sa revisionare documenti condivisi con altri utenti. 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	0	0	25

**UNITÀ FORMATIVE DEL CORSO ITS
TECNICO SUPERIORE RESPONSABILE ALLE VENDITE DEI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI
Andria (BAT)/Martina Franca (TA)- Acronimo "VENDOFOOD"**

				e articolati, sa valutare tutti i tipi di grafici e diagrammi disponibili, e generare quelli più adatti allo scopo, formattandoli adeguatamente. Sa generare grafici e/o diagrammi personalizzati. Salva e archivia con precisione i documenti elaborati, variando le possibili destinazioni e le tipologie di file, a seconda delle necessità e/o delle circostanze. 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. Sa, quindi, personalizzare i modelli esistenti e differenziare le diapositive, a seconda del messaggio da trasmettere. Condivide e consegna una presentazione di qualità professionale.			
		Impresa 4.0	25	Conoscere i paradigmi dei processi di digitalizzazione e comprendere e gestire i principi che modificano il senso ed il significato della strumentazione disponibile. Acquisire dimestichezza le tecnologie abilitanti di industria 4.0.	15	5	5
NORMATIVE (BASE)	92	Sicurezza alimentare	25	Conoscere la normativa di base comunitaria, nazionale e locale per garantire la sicurezza fitopatologica e alimentare. Saper individuare nei processi produttivi e i punti critici di autocontrollo igienico sanitari (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.	20	5	0
		Certificazioni di Qualità	25	Conoscere la normativa di base nazionale e comunitaria delle certificazioni di qualità. Conoscere le problematiche di tutela con particolare riferimento alle DOP, IGP, STG. Conoscere le peculiarità dei prodotti regionali a denominazione di origine. Saper riconoscere le caratteristiche di un disciplinare di produzione di un prodotto a D.O. Conoscere le principali certificazioni di sistema/prodotto di interesse per i prodotti agroalimentari regionali. Saper valutare il beneficio/interesse dell'imprenditore/consumatore per una certificazione. Saper individuare certificazioni emergenti di interesse per i consumatori.	20	5	0
ORGANIZZAZIONE E FUNZIONAMENTO	235	Organizzazione e Funzionamento	25	Saper individuare l'organizzazione delle filiere del sistema agroalimentare regionale, nazionale e internazionale.	20	0	5



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

**UNITÀ FORMATIVE DEL CORSO ITS
TECNICO SUPERIORE RESPONSABILE ALLE VENDITE DEI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI
Andria (BAT)/Martina Franca (TA)- Acronimo "VENDOFOOD"**

DELLE FILIERE AGROALIMENTARI (BASE)	delle Filiere Agroalimentari		Saper riconoscere le diverse forme di integrazione e cooperazione di una filiera.			
	La filiera dei prodotti Viti- vinicoli	25	Conoscere le peculiarità produttive delle filiere vitivinicole internazionali, nazionali e del territorio. Saper individuare le cultivar locali, areali di produzione e sistemi di allevamento viticoli presenti nel territorio regionale. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi di vinificazione delle produzioni regionali. Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni enologiche del territorio.	20	0	5
	La filiera dei prodotti Olivicoli- oleari	25	Conoscere le peculiarità produttive delle filiere olivicole-olearie internazionali, nazionali e del territorio. Saper individuare le cultivar 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.	20	0	5
	La filiera dei prodotti cerealicoli	25	Conoscere le peculiarità produttive delle filiere cerealicole internazionali, nazionali e del territorio. Saper individuare le cultivar, areali di produzione e sistemi di coltivazione dei prodotti cerealicoli presenti nel territorio nazionale e regionale. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione della pasta e dei prodotti da forno delle produzioni regionali. Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di pasta e prodotti da forno del territorio.	20	0	5
	La filiera delle leguminose da granella	25	Conoscere le peculiarità produttive delle filiere delle leguminose da granella internazionali, nazionali e del territorio. Saper individuare le cultivar, areali di produzione e sistemi di coltivazione delle leguminose da granella presenti nel territorio nazionale e regionale. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione dei prodotti derivati dalle leguminose da granella delle produzioni regionali. Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di legumi e derivati. Saper descrivere le caratteristiche dei prodotti derivanti dalle leguminose da granella.	20	0	5

**UNITÀ FORMATIVE DEL CORSO ITS
TECNICO SUPERIORE RESPONSABILE ALLE VENDITE DEI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI
Andria (BAT)/Martina Franca (TA)- Acronimo "VENDOFOOD"**

		La filiera dei prodotti caseari	25	<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>	20	0	5
		La filiera dei prodotti orto-frutticoli	25	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere ortofrutticole internazionali, nazionali e del territorio.</p> <p>Saper individuare le cultivar, areali di produzioni e sistemi di allevamento per la produzione di ortofrutta presenti nel territorio nazionale e regionale.</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per la produzione di ortofrutta e derivati presenti nelle produzioni regionali.</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di ortofrutta e derivati del territorio.</p>	20	0	5
		La filiera dei prodotti ittici	25	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere ittiche internazionali, nazionali e del territorio.</p> <p>Saper individuare le specie, areali produzione e sistemi di allevamento e di pesca del territorio nazionale e regionale.</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi per l'allevamento e la pesca presenti nelle produzioni regionali.</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni ittiche e derivati del territorio.</p>	20	0	5
		La filiera delle produzioni zootecniche	25	<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere zootecniche da carne internazionali, nazionali e del territorio.</p> <p>Saper individuare le specie/razze, areali produzione e sistemi di allevamento per la produzione di carne e derivati del territorio nazionale e regionale.</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi zootecnici per l'allevamento e trasformazione dei prodotti carnei presenti nelle produzioni regionali.</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di carne e derivati del territorio.</p>	20	0	5
SISTEMA D'IMPRESA E MARKETING (TECNICO PROFESSIONALE)	290	Inglese Tecnico - Business English	25	<p>Saper redigere in lingua lettere, rapporti, email, memo.</p> <p>Saper comunicare al telefono: descrizione delle responsabilità del lavoro e organizzazione dell'azienda; socializzazione, viaggi e congressi; presentazione dell'azienda, dei prodotti e dei servizi; partecipazione a riunioni di lavoro; descrizione degli andamenti, del rendimento dell'azienda e dei risultati; negoziazione e vendita; marketing e pubblicità; tematiche di business e management.</p>	15	10	0



FONDAZIONE ITS
ISTITUTO TECNICO SUPERIORE

Area "Nuove Tecnologie per il Made in Italy
Sistema Alimentare - Settore Produzioni Agroalimentari"

**UNITÀ FORMATIVE DEL CORSO ITS
TECNICO SUPERIORE RESPONSABILE ALLE VENDITE DEI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI
Andria (BAT)/Martina Franca (TA)- Acronimo "VENDOFOOD"**

	Inglese Tecnico - Food & Beverage English	25	Conoscere il lessico specifico delle principali filiere agroalimentari. Conoscenza della microlingua di settore. Saper proporre e illustrare le caratteristiche dei prodotti enogastronomici in lingua inglese.	15	10	0
	Gestione d'impresa - La gestione strategica dell'impresa	25	Conoscere il sistema Impresa e ambiente competitivo. Conoscere la gestione aziendale in chiave strategica. Conoscere i principali modelli d'impresa; conoscere l'impresa familiare, conoscere gli strumenti per realizzare una start up agroalimentare. Conoscere i Processi di internazionalizzazione. Saper individuare le fonti di finanziamento, innovazione tecnologica e misurazione delle performance. Saper redigere un business plan.	20	5	0
	Gestione d'impresa - La gestione operativa del mercato	25	Conoscere le principali dinamiche del mercato, conoscere le relazioni con gli stakeholder interni ed esterni, corporate governance-dimensioni e livelli del management. Conoscere le funzioni e lo sviluppo delle attività primarie: logistica in entrata, processi produttivi. Logistica in uscita, marketing e vendite e servizi, conoscere le principali dinamiche della logistica in entrata e della logistica in uscita conoscere la catena del valore. Conoscere la struttura e il contenuto del bilancio di un'impresa. Saper redigere un piano operativo di mercato, saper realizzare un piano di produzione, logistica e approvvigionamenti.	20	5	0
	Principi di Marketing - Implementazione del Marketing Strategico	30	Conoscere l'analisi dei mercati attraverso la segmentazione. Conoscere l'attrattività del mercato. Conoscere il concetto di competitività dell'impresa. Conoscere il mercato target e le strategie di posizionamento. Saper redigere un piano strategico di marketing.	20	10	0
	Principi di Marketing - Implementazione del Marketing operativo	30	Saper implementare il marketing operativo. Conoscere le principali leve del marketing mix: prodotto, prezzo distribuzione, comunicazione. Saper redigere un piano di marketing. Saper gestire una marca e costruirne una di successo	20	10	0
	Principi di Marketing - La comprensione del comportamento del cliente	25	Conoscere l'analisi dei bisogni del cliente. Definire il comportamento d'acquisto del cliente.	20	5	0

**UNITÀ FORMATIVE DEL CORSO ITS
TECNICO SUPERIORE RESPONSABILE ALLE VENDITE DEI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI
Andria (BAT)/Martina Franca (TA)- Acronimo "VENDOFOOD"**

		Principi di Marketing Psicologia nella vendita	25	Conoscere la comunicazione interpersonale - PNL e Coaching - Retention Marketing. Saper misurare la Customer Lifetime Value (CLV). Saper misurare il grado di soddisfazione del cliente.	20	5	0
		Marketing territoriale	25	Conoscere il marketing nella strategia di sviluppo del territorio. Conoscere il territorio: strumenti del mestiere - Terroir, milieu, territorio, paesaggio. Conoscere la configurazione di flussi e spazi turistici. Conoscere il concetto di sostenibilità e qualità. Sapere applicare i processi di formazione delle strategie di marketing territoriale.	20	5	0
MARKETING AGROALIMENTARE (TECNICO PROFESSIONALE)	361	Food marketing I	30	Conoscere il marketing dei prodotti enogastronomici e strategie commerciali. Conoscere le tendenze del Food Marketing - Persone, cibo ed esperienze. Healthy food marketing: fenomeno del cibo sano e del green marketing Food Experience e social food - Street food. Saper analizzare le tendenze del consumatore moderno: sostenibilità, salute, sport. Saper trasmettere esperienzialità e sensorialità applicate al cibo.	20	10	0
		Food Marketing II	30	Conoscere l'organizzazione del processo di sviluppo di nuovi prodotti. Saper prendere decisioni relative al lancio di nuovi prodotti. Selezione di idee di nuovi prodotti. Saper redigere ed interpretare il ciclo di vita del prodotto. Saper sviluppare il concetto di nuovo prodotto.	20	10	0
		Marketing Operativo Agroalimentare Prodotti tipici locali I	25	Conoscere la classificazione dei principali prodotti tipici e tradizionali nazionali. Conoscere la classificazione dei prodotti tipici e tradizionali regionali ed i relativi elenchi. Saper valorizzare queste tipicità in un'ottica legata alla vendita del prodotto.	17	0	8
		Marketing Operativo Agroalimentare - Prodotti tipici locali II	25	Conoscere le tipicità dei prodotti locali: vini, formaggi, olii, prodotti da forno, frutta e conserve di frutta, ortaggi e conserve di ortaggi, miele etc. Conoscere le caratteristiche organolettiche e le categorie merceologiche dei prodotti tipici e tradizionali pugliesi. Saper riconoscere i principali prodotti regionali contraddistinti dai marchi DOP, IGP, STG, etc. Saper riconoscere attraverso l'analisi sensoriale le caratteristiche distintive dei principali prodotti tipici e tradizionali regionali: vini, formaggi, olii, prodotti da forno, frutta e conserve di frutta, ortaggi, miele etc.	5	0	20



FONDAZIONE ITS
ISTITUTO TECNICO SUPERIORE

Area "Nuove Tecnologie per il Made in Italy
Sistema Alimentare - Settore Produzioni Agroalimentari"

**UNITÀ FORMATIVE DEL CORSO ITS
TECNICO SUPERIORE RESPONSABILE ALLE VENDITE DEI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI
Andria (BAT)/Martina Franca (TA)- Acronimo "VENDOFOOD"**

		Marketing Operativo Agroalimentare - Determinazione del prezzo	25	Conoscere le dinamiche di percezione del prezzo. Conoscere i metodi di determinazione del prezzo. Saper determinare il prezzo basato sulla domanda. Saper determinare il prezzo basato sulla concorrenza.	17	8	0
		Marketing Operativo Agroalimentare - Comunicazione d'impresa	25	Conoscere il ruolo della comunicazione di marketing. Conoscere la comunicazione integrata di marketing. Comunicazione personale. Conoscere: Pubblicità, merchandising e promozione delle vendite e relazioni pubbliche. Saper realizzare una campagna di comunicazione pubblicitaria.	17	8	0
		Marketing Operativo Agroalimentare - Web marketing	25	Conoscere la comunicazione integrata di direct marketing. Conoscere le principali differenze tra marketing diretto e marketing digitale. Conoscere le forme principali di direct marketing. Conoscere le strategie di web marketing orientate alla performance. Saper utilizzare strumenti e portali web 2.0 come fonti di traffico. Saper applicare tecniche di Digital Food Marketing per la Distribuzione e la Ristorazione. Saper applicare le tecniche di marketing on-line per trasmettere più valore ai clienti in maniera redditizia.	17	8	0
		Marketing Operativo Agroalimentare - Content Marketing dell'agroalimentare	25	Conoscere le principali tecniche di Content Strategy per la valorizzazione dei brand dei prodotti enogastronomici. Saper realizzare contenuti in grado di promuovere l'azienda e i suoi prodotti mediante l'utilizzo di piattaforme di CMS (Content management system). ; Saper applicare il Content web come strumento di approccio di marketing. Saper applicare il Content quale presupposto per l'IN-Bound e OUT-Bound marketing.	17	8	0
		Marketing Operativo Agroalimentare - Social media marketing	25	Comprendere l'impatto dei social media sul comportamento d'acquisto del consumatore e le possibili azioni del manager. Conoscere le peculiarità del passa parola elettronico, le piattaforme tecnologiche mediante le quali si diffonde la credibilità dei contenuti. Saper progettare tecniche SEO, CRM - On line e off line. Saper utilizzare applicazioni on-line per condividere informazioni sottoforma di testi e immagini. Saper utilizzare le tecniche di Social Media Marketing: Facebook, Instagram, LinkedIn.	17	8	0



FONDAZIONE ITS
ISTITUTO TECNICO SUPERIORE

Area "Nuove Tecnologie per il Made in Italy
Sistema Alimentare - Settore Produzioni Agroalimentari"

**UNITÀ FORMATIVE DEL CORSO ITS
TECNICO SUPERIORE RESPONSABILE ALLE VENDITE DEI PRODOTTI ENOGASTRONOMICI
Andria (BAT)/Martina Franca (TA)- Acronimo "VENDOFOOD"**

		Marketing Operativo Agroalimentare - Store management	25	<p>Conoscere le principali tecniche di vendita personale e sales management. Forza vendita. Rete di distribuzione.</p> <p>Conoscere la marca del distributore (private label).</p> <p>Conoscere il food designer e visual merchandising.</p> <p>Saper progettare un punto vendita come luogo di Customer Experience e come piattaforma relazionale.</p>	17	8	0
		Marketing Operativo Agroalimentare - Turismo Enogastronomico	25	<p>Conoscere il comportamento del consumatore turistico - antropologia culturale del turista.</p> <p>Conoscere gli operatori turistici e la cultura del gusto territoriale.</p> <p>Analisi dei casi italiani e stranieri,</p> <p>Saper formulare un progetto di trasformazione del terroir in destinazione turistica</p>	17	8	0