



**ALTA SPECIALIZZAZIONE POST - DIPLOMA**

# MARKETING DIGITALE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI

**CORSO ITS 2018-20 FINANZIATO AL 100%**

Durata 2000 ore di cui 800 Stage

82,5% occupati ad un anno\*  
\* Medio Nazionale Monitoraggio INDIRE 2018

**SEDE DEL CORSO OSTUNI**  
in Contrada San Lorenzo  
sede Istituto Tecnico Agrario I.S. "Pantanelli-Monnet"

seguici su **f**  
FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE PUGLIA

## Esperti di Marketing del futuro



FONDAZIONE ITS  
ISTITUTO TECNICO SUPERIORE

PRESENTAZIONE DEL PROGETTO FORMATIVO

# M.I.Di.A.

a cura del  
COMITATO DI PROGETTAZIONE

Cell. 346.1816334 - Tel./Fax 080.4312767  
segreteria@itsagroalimentarepuglia.it  
SC. 138 C.da Marangi n. 26  
70010 Locorotondo (BA)



Scarica il Bando di Selezione Allievi dal sito  
**www.itsagroalimentarepuglia.it**  
Iscrizioni online entro il 28 Settembre 2018



## Obiettivi del corso:

Formare Tecnici Superiori che abbiano conoscenze delle varie filiere agro-alimentare e conoscenze e competenze di Marketing digitale applicato al settore agro-alimentare. In particolare, il Tecnico Superiore, sarà in grado di sviluppare opportune strategie di comunicazione nel mondo del digitale al fine di far conoscere la qualità dei prodotti promuovendone la vendita sia diretta che indiretta, attraverso i diversi circuiti distributivi.

Nello specifico, il tecnico superiore otterrà:

- Competenze di comunicazione interpersonale;
- conoscenze dei paradigmi dei processi di digitalizzazione (impresa 4.0)
- Conoscenze delle normative sulla sicurezza alimentare e dei sistemi di Denominazione di tutela e Certificazioni di Qualità
- Basi di Gestione d'impresa
- Conoscenze di marketing analitico, strategico e operativo;
- Competenze di comunicazione d'impresa agro-alimentare
- Conoscenze di social media marketing, web marketing e CRM
- Competenze di storytelling specifiche per il settore agro-alimentare
- Competenze di Copwriting con approfondimenti nel campo agro-alimentare
- Competenze nella gestione di programmi di comunicazione e/o promozione nel circuito digitale
- Competenze per sviluppare nuove relazioni di business con i clienti, promuovendone un'immagine positiva dell'azienda e del proprio brand nel mondo digitale
- Competenze di Monitoraggio delle varie strategie digitali adottate dal punto di vista dell'efficacia e dell'efficienza.

## 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 di servizi, nonché agenzie di comunicazione e marketing. Può essere free-lance o parte di una organizzazione, pubblica o privata.

## Articolazione Didattica

## AREA TRASVERSALE (75 ore)

- **Orientamento e bilancio delle competenze (25 ore):**

- 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 congruente e realistico in base al progetto formativo;
- Saper lavorare in gruppo;
- Essere capace di massimizzare l'uso della propria creatività.

- **Comunicazione Interpersonale efficace (25 ore):**

- Acquisire i concetti di base per migliorare e per rendere efficaci la propria comunicazione e le relazioni interpersonali e professionali;
- Acquisire i concetti di base per migliorare e per rendere efficaci stile negoziale; 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.

- **Imprenditività (25 ore):**

- Saper lavorare con spirito e competenze imprenditoriali anche in imprese non proprie.

## INGLESE – INFORMATICA – IMPRESA 4.0 (100 ore)

- **Informatica – EIPASS (25 ore):**

- 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 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.

## INGLESE – INFORMATICA – IMPRESA 4.0 (100 ore)

- **Inglese – IELTS (50 ore):**

- 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.

- **Impresa 4.0 (25 ore):**

- 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.

## NORMATIVE (104 ore)

- **Sicurezza alimentare – Le Normative e processi per l'analisi dei rischi e controllo dei punti critici e tracciabilità, etichettatura e allergeni (25 ore):**
  - 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;
  - Conoscere le norme che regolano gli obblighi di legge in materia di etichettatura;
  - 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.
- **Privacy – GDPR 676/96 (16 ore):**
  - Cura la corretta attuazione del trattamento dei dati personali e svolge attività operative che si rendono progressivamente necessarie durante tutto il ciclo di vita di un trattamento di dati personali.

## NORMATIVE (104 ore)

- **Sicurezza sui luoghi di lavoro – Corso RSPP/ASPP Modulo A (28 ore):**
  - Acquisire elementi di conoscenza relativi alla normativa generale e specifica in tema di igiene e sicurezza del lavoro, sui criteri e strumenti per la ricerca delle leggi e norme tecniche riferite a problemi specifici;
  - Acquisire elementi di conoscenza relativi ai vari soggetti del sistema di prevenzione aziendale, ai loro compiti, alle loro responsabilità e alle funzioni svolte dai vari Enti preposti alla tutela della salute dei lavoratori;
  - Acquisire elementi di conoscenza in particolar modo per gli aspetti normativi, relativi ai rischi e ai danni da lavoro, alle misure di prevenzione per eliminarli o ridurli, ai criteri metodologici per la valutazione dei rischi, ai contenuti del documento di valutazione dei rischi, alla gestione delle emergenze;
  - Acquisire elementi di conoscenza relativi alle modalità con cui organizzare e gestire un Sistema di Prevenzione.

## NORMATIVE (104 ore)

- **Denominazioni di tutela e Certificazioni di Qualità – Denominazioni di tutela dei prodotti agroalimentari e Certificazioni volontarie di sistema e di prodotto (25 ore):**
  - Conoscere la normativa di base nazionale e comunitaria di riferimento;
  - Conoscere le problematiche di tutela con particolare riferimento alle DOP, IGP; STG;
  - Conoscere gli adempimenti richiesti da una certificazione a D.O;
  - Conoscere 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;
  - 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.

## FILIERE (145 ore)

- **Organizzazione e Funzionamento delle Filiere Agroalimentari (25 ore):**
  - Saper individuare l'organizzazione di una filiera del sistema agroalimentare regionale, nazionale e internazionale;
  - Saper riconoscere le forme giuridiche delle imprese;
  - Saper riconoscere le forme di integrazione e cooperazione di una filiera;
  - Saper interpretare un bilancio e conto economico aziendale.
- **La filiera Vitivinicola (25 ore):**
  - 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.
- **La filiera Olivicola-olearia (25 ore):**
  - 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.

## FILIERE (145 ore)

- **La filiera delle produzioni zootecniche (25 ore):**
  - Conoscere le peculiarità produttive delle filiere zootecniche da carne internazionali, nazionali e del territorio;
  - Conoscere le peculiarità produttive delle filiere casearie internazionali, nazionali e del territorio;
  - Saper individuare le specie/razze, areali produzione e sistemi di allevamento per la produzione di carne e derivati del territorio nazionale e regionale;
  - Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi zootecnici per l'allevamento e trasformazione dei prodotti carnei presenti nelle produzioni regionali;
  - Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni di carne e derivati 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 latte e derivati presenti nelle produzioni regionali.

## FILIERE (145 ore)

- **La filiera ortofrutticola (25 ore):**
  - Conoscere le peculiarità produttive delle filiere ortofrutticole internazionali, nazionali e del territorio;
  - Saper individuare le cultivar, 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.
- **Altre filiere: ittica e cerealicola (10 ore):**
  - Acquisizione di nozioni delle filiere ittiche internazionali, nazionali e del territorio;
  - Acquisizione di nozioni delle filiere cerealicole e delle leguminose da granella internazionali, nazionali e del territorio.

## GESTIONE DEL SISTEMA IMPRESA E PRINCIPI DI MARKETING (140 ore)

- **Gestione del sistema impresa (40 ore):**

- Acquisire le caratteristiche basilari del sistema impresa, le modalità di crescita, gli obiettivi
- Saper descrivere il modello dell'ambiente competitivo attraverso l'analisi delle forze di Porter
- Conoscere i tratti distintivi dell'impresa familiare e il coinvolgimento di manager esterni
- Conoscere il concetto di "sostenibilità" applicato all'impresa
- Lo stakeholder's engagement: modalità operative di coinvolgimento degli stakeholders
- Analisi di casi di studio
- Acquisire le conoscenze base per l'elaborazione della strategia d'impresa, il concetto di vantaggio competitivo, le strategie competitive, le strategie di collaborazione
- Saper conoscere e applicare il business model, la proposta di valore, i fattori critici, la proposta di profittabilità
- Definire le strategie di crescita (integrazione verticale, diversificazione, internazionalizzazione)
- Conoscere il significato e i contenuti della pianificazione strategica
- Definire la gestione delle operations (configurazione, pianificazione, operations improvement, operations nei servizi)
- La logistica
- Analisi di casi di studio

## GESTIONE DEL SISTEMA IMPRESA E PRINCIPI DI MARKETING (140 ore)

- **Principi di Marketing (50 ore):**

- **Modulo I - Ruolo, funzioni e fasi del marketing (25 ore):**

- Acquisire le conoscenze base del concetto di marketing, concetto di orientamento al mercato, l'impatto della globalizzazione
- Saper effettuare l'analisi dei bisogni del cliente, analizzare il comportamento d'acquisto del consumatore al fine del raggiungimento della customer satisfaction
- Conoscere il sistema informativo di marketing

- **Modulo II - Implementazione del marketing strategico e del marketing operativo (25 ore):**

- Implementare il marketing strategico: l'analisi dei mercati attraverso la segmentazione, l'analisi di attrattività del mercato, l'analisi di competitività dell'impresa, il mercato target e le strategie di posizionamento
- Saper formulare una strategia di marketing attraverso l'utilizzo delle principali matrici
- Implementare il marketing operativo: la decisione di lancio di nuovi prodotti, la gestione della marca, le decisioni di distribuzione, la marca del distributore, le decisioni di prezzo, le decisioni di comunicazione di marketing
- Saper redigere il piano di marketing strategico attraverso l'analisi di casi di studio

## GESTIONE DEL SISTEMA IMPRESA E PRINCIPI DI MARKETING (140 ore)

- **Comunicazione di Impresa (40 ore):**
  - Saper redigere un piano di comunicazione d'impresa
  - Analizzare ed Individuare gli obiettivi di marketing e comunicazione delle imprese agroalimentari
  - Saper scegliere e integrare, in maniera coerente agli obiettivi, gli strumenti di comunicazione analogici e digitali

## SOCIAL MEDIA MARKETING E WEB MARKETING DELL'IMPRESA AGROALIMENTARE (165 ore)

- **Social media marketing per l'impresa agroalimentare (115 ore):**

- **Modulo I - Facebook (50 ore)**

- **Modulo II - Instagram (25 ore)**

- **Modulo III - Youtube e LinkedIn (40 ore):**

- Saper ideare un piano editoriale per le principali piattaforme Social Media (Facebook, Instagram, Youtube, ecc.);
    - Conoscere tutti gli strumenti messi a disposizione dai Social Media per promuovere in maniera organica l'azienda e i suoi prodotti;
    - Saper utilizzare le relative piattaforme di Advertising individuando il target di riferimento e il budget di spesa adatto (FacebookAds, InstagramAds, YoutubeAds, ecc.);
    - Saper analizzare nel dettaglio tutte le metriche derivanti da una strategia di Social Media Marketing (es. ROI, CTR, ecc.).

- **Web marketing (40 ore):**

- **Modulo I - Content Management dell'impresa agroalimentare:**

- Saper realizzare contenuti in grado di promuovere l'azienda ed i suoi prodotti utilizzando piattaforme di CMS (Content Management System).

## COPYWRITING E CRM PER L'IMPRESA AGROALIMENTARE (420 ore)

- **Storytelling dell'impresa agroalimentare (80 ore):**

- **Modulo I - Storytelling (40 ore):**

- Saper raccontare l'azienda e i suoi prodotti attraverso azioni narrative in grado di coinvolgere l'utente con il fine di promuovere il brand, migliorare la reputazione, vendere prodotti o semplicemente informare;

- **Modulo II - Foto e Video (40 ore):**

- Saper applicare le tecniche necessarie alla realizzazione di immagini e video in grado di raccontare l'azienda coinvolgendo l'utente finale.

- **Inglese tecnico agroalimentare (50 ore):**

- Saper comprendere (ascoltare ed elaborare ) testi orali su argomenti relativi all'agroalimentare
- Saper comprendere (leggere ed elaborare) testi scritti su trattati di agroalimentare
- Saper interagire in conversazioni orali e comunicazioni scritte relative ad argomenti agroalimentari
- Saper produrre testi scritti su argomenti del sistema agroalimentare, comparando e sintetizzando informazioni provenienti da fonti diverse
- Saper esporre oralmente descrizioni e presentazioni su argomenti dell'agroalimentare, sviluppandone e supportandone i contenuti con approfondimenti

## COPYWRITING E CRM PER L'IMPRESA AGROALIMENTARE (420 ore)

- **CRM (150 ore):**

- **Modulo I - CRM online e offline (50 ore)**

- **Modulo II - Lead Generation (50 ore)**

- **Modulo III - Funnel Marketing (50 ore):**

- Saper utilizzare le logiche del Customer Relationship Management online e offline;
    - Saper effettuare attività di lead generation e list building;
    - Mettere in atto campagne di Funnel Marketing;
    - Saper analizzare il comportamento del cliente e le vendite attraverso i più importanti KPI (Key Performance Indicator).

- **Visit study (30 ore):**

- Saper individuare esperienze concrete di successo di imprenditori agricoli nazionali;
  - Sapere cogliere quali sono le attitudini positive che possono portare ad agevolare il successo di un'impresa agricola  
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 o presso fiere nazionali di settore e workshop.

- **Copywriting (50 ore):**

- Saper utilizzare le tecniche di scrittura persuasiva per raccontare l'azienda ed i suoi prodotti individuando i bisogni del target di riferimento e mantenendo viva l'attenzione dell'utente.

## COPYWRITING E CRM PER L'IMPRESA AGROALIMENTARE (420 ore)

- **Web marketing (50 ore):**

- **Modulo II – SEO e SEA:**

- Saper utilizzare tutte le tecniche in grado di indicizzare al meglio i contenuti web dell'azienda sui principali motori di ricerca per essere immediatamente fruibili da parte dell'utente finale (Google AdWords e Google Analytics).

## PROJECT WORK (51 ore)

- **Metodologie e Project Work Finale (51 ore):**

- **Modulo I - Progettazione del PW (11 ore):**

- Project work finale individuale definito in collaborazione con l'azienda sede di stage (al termine del pre-stage);

- **Modulo II - Project Work Finale (40 ore):**

- Project work finale individuale definito in collaborazione con l'azienda sede di stage da presentare all'esame finale.

## STAGE (800 ore)

- **Pre-Stage (200 ore):**

- Conoscere una realtà operativa;
  - Saper individuare una tematica per poter sviluppare un project work in collaborazione con l'azienda sede di stage.

- **Stage (600 ore):**

- Saper applicare le conoscenze e competenze acquisite in una realtà operativa
  - Saper implementare nell'azienda di stage ospitante il proprio project work individuale.