



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

1

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

XXXXXXXXXXXXXXXXXX nato a xxxxxxxxx il xx/xx/xxxx codice fiscale **XXXXXXXXXXXXXXXXXX** residente a xxxxxxxxxxxxxxxx in Via xxxxxxxxxxxxxxxx, studente del Corso ITS VIII Ciclo “**Tecnico Superiore per il marketing digitale delle imprese agroalimentari**”, di seguito denominato Studente

PREMESSO CHE

- 1) il 10/08/2018 la Fondazione ITS ha pubblicato il Bando per la selezione degli allievi da ammettere alla frequenza del Corso ITS “Tecnico Superiore per il marketing digitale delle imprese agroalimentari” (Acronimo: M.I.Di.A.), annualità 2018-2020, con sede a Ostuni in contrada Li Cuti presso la sede operativa del GAL Alto Salento;
- 2) con DGR n. 865 del 3 agosto 2018 (BURP n.107 del 16/08/2018) la Regione Puglia ha approvato nell’ambito del P.O.R. PUGLIA 2014 – 2020 approvato con Decisione C(2015)5854 del 13/08/2015 ASSE X “Investire nell’istruzione, nella formazione, e nell’apprendimento permanente”, AVVISO PUBBLICO N. 4/FSE/2018 Realizzazione di percorsi formativi di Istruzione Tecnica Superiore (ITS), finalizzati al conseguimento del Diploma di Tecnico Superiore
- 3) con AD n. 1089 del 12/10/2018 (BURP n.107 del16/08/2018) la Regione Puglia ha approvato la graduatoria dei Corsi ITS ammessi a finanziamento in riferimento all’Avviso di cui al punto 2 e che risulta finanziato il Corso ITS “Tecnico Superiore per il marketing digitale delle imprese agroalimentari” (Acronimo: M.I.Di.A.), annualità 2018-2020, con sede a Ostuni in contrada Li Cuti presso la sede operativa del GAL Alto Salento;

4) xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx nato a xxxxxxxxxxxx il xx/xx/xxxx codice fiscale xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx, è risultata idoneo/ammesso al termine della selezione effettuata ai fini dell'ammissione al Corso ITS "Tecnico Superiore per il marketing digitale delle imprese agroalimentari" in data xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx

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 percorso formativo professionalizzante ha l'obiettivo di formare Tecnici Superiori con specifiche conoscenze delle peculiarità delle produzioni agroalimentari del territorio e competenze per implementare strategie di web marketing.

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

Inoltre, attuerà azioni di analisi e controllo investimenti/benefici in considerazione delle specifiche tecniche delle piattaforme informative (sito Web, webApp, social network, blog) e dei target di destinazione. Altresì, monitorerà i risultati della sua attività attraverso gli strumenti di misurazione e reportistica.

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.

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 il marketing digitale delle imprese agroalimentari", annualità 2018-2020, della durata di n. 2000 ore di cui n. 800 di stage.

Il Corso, avviato il 30 ottobre 2018, dovrebbe concludersi entro il 30 giugno 2020 (escluso esami finali).

ART. 2
PROGRAMMA FORMATIVO

Articolazione didattica del Corso ITS VIII Ciclo "TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING DIGITALE DELLE IMPRESE AGROALIMENTARI"				
AREA:	UNITA' FORMATIVA:	ORE	MODULI:	CONOSCENZE E COMPETENZE IN USCITA:
TRASVERSALE	Orientamento e Bilancio delle Competenze	25		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		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 efficace 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		Saper lavorare con spirito e competenze imprenditoriali anche in imprese non proprie.
(BASE) INGLESE - INFORMATICA IMPRESA 4.0	Inglese (IELTS)	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

	Informatica (EIPASS)	25		<p>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.</p>
	Impresa 4.0	25		<p>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</p>

				abilitanti di industria 4.0
QUALITA' E SICUREZZA DEI PRODOTTI AGROALIMENTARI E RELATIVA NORMATIVA	Sicurezza alimentare	25	Le Normative e processi per l'analisi dei rischi e controllo dei punti critici e tracciabilità, etichettatura e allergeni	<p>Conoscere la normativa di base comunitaria, nazionale e locale per garantire la sicurezza fitopatologica e alimentare</p> <p>Saper individuare nei processi produttivi e i punti critici di autocontrollo igienico sanitari (HACCP)</p> <p>Conoscere gli obblighi e le responsabilità del Personale Alimentarista come previsto dalla Legge Reg. Puglia 22/07</p> <p>Saper operare nei luoghi di somministrazione degli alimenti secondo le procedure di prevenzione dei rischi igienico sanitari</p> <p>Conoscere le norme che regolano gli obblighi di legge in materia di etichettatura</p> <p>Saper impiegare le etichette come strumento di garanzia della sicurezza alimentare</p> <p>Conoscere gli obblighi di informazione per la tutela dei consumatori (additivi, allergeni)</p> <p>Conoscere degli obblighi di legge in materia di tracciabilità</p>
	Sicurezza sui luoghi di lavoro	28	Corso RSPP/ASPP Modulo A	<p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>Acquisire elementi di conoscenza relativi alle modalità con cui organizzare e gestire un Sistema di Prevenzione.</p>
	Privacy (GDPR 676/96)	16		<p>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</p>

	Denominazioni di tutela e Certificazioni di Qualità	25	Denominazioni di tutela dei prodotti agroalimentari e Certificazioni volontarie di sistema e di prodotto	<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 richiesti da 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> <p>Conoscere le principali certificazioni di sistema/prodotto di interesse per i prodotti agroalimentari regionali</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 di prodotti enogastronomici</p>
	Sviluppo di Area Qualità e sicurezza dei prodotti agroalimentari e relativa normativa	10		Saper sviluppare la risoluzione di una problematica concreta inerente la tematica dell'area oggetto di studio attraverso una traccia scritta
ORGANIZZAZIONE E FUNZIONAMENTO DELLE FILIERE AGROALIMENTARI	Organizzazione e Funzionamento delle Filiere Agroalimentari	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>
	La filiera Vitivinicola	25		<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere vitivinicole internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar, 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> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni enologiche del territorio</p>

La filiera Olivicola-olearia	25		<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere olivicole-olearie internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Saper individuare le cultivar areali di produzione e sistemi di allevamento olivicoli presenti nel territorio nazionale e regionale</p> <p>Saper individuare le caratteristiche distintive dei processi elaiotecnici delle produzioni regionali</p> <p>Saper descrivere le caratteristiche delle produzioni olearie del territorio</p>
La filiera delle produzioni zootecniche	25		<p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere zootecniche da carne internazionali, nazionali e del territorio</p> <p>Conoscere le peculiarità produttive delle filiere casearie 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> <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 di latte e derivati presenti nelle produzioni regionali.</p>
La Filiera ortofrutticola	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>
Altre filiere: Ittica e Cerealicola.	5		<p>Acquisizione di nozioni delle filiere ittiche internazionali, nazionali e del territorio</p>

		5		Acquisizione di nozioni delle filiere cerealicole e delle leguminose da granella internazionali, nazionali e del territorio
	Sviluppo di Area organizzazione e funzionamento delle filiere agroalimentari	10		Saper sviluppare la risoluzione di una problematica concreta inerente la tematica dell'area oggetto di studio attraverso una traccia scritta
(TECNICO PROFESSIONALE) GESTIONE DEL SISTEMA IMPRESA E PRINCIPI DI MARKETING	Gestione del sistema impresa	40	Sistema impresa e ambiente competitivo e Gestione strategica e operativa	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 stakeholders' engagement: modalità operative di coinvolgimento degli stakeholders 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, operationsimprovement, operations nei servizi) La logistica Analisi di casi di studio
	Principi di marketing	25	Ruolo, funzioni e fasi del marketing	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 customersatisfaction Conoscere il sistema informativo di marketing

		25	Implementazione del marketing strategico e del marketing operativo	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	
	Principi di Comunicazione di Impresa	40		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	
	Sviluppo di Area Gestione del sistema impresa e principi di marketing	10		Saper sviluppare la risoluzione di una problematica concreta inerente la tematica dell'area oggetto di studio attraverso una traccia scritta	
(TECNICO PROFESSIONALE) SOCIAL MEDIA MARKETING E WEB MARKETING DELL'IMPRESA AGROALIMENTARE	Social media marketing per l'impresa agroalimentare	50	Facebook	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.)	
		25	Instagram		
		40	Youtube e LinkedIn		
	Web marketing	40	Content Management dell'agroalimentare		Saper realizzare contenuti in grado di promuovere l'azienda ed i suoi prodotti utilizzando piattaforme di CMS (Content Management System)
	Sviluppo di Area Social media marketing e web marketing dell'impresa agroalimentare	10			Saper sviluppare la risoluzione di una problematica concreta inerente la tematica dell'area oggetto di studio attraverso una traccia scritta

(TECNICO PROFESSIONALE) COPYWRITING E CRM PER L'IMPRESA AGROALIMENTARE	Inglese tecnico agroalimentare	50		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
	Storytelling dell'impresa agroalimentare	40	Storytelling	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
		40	Foto e Video	Saper applicare le tecniche necessarie alla realizzazione di immagini e video in grado di raccontare l'azienda coinvolgendo l'utente finale
	Copywriting	50		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
	Web marketing	50	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)
	CRM	50	CRM online e offline	Saper utilizzare le logiche del Customer Relationship Management online e offline
		50	Lead Generation	Saper effettuare attività di lead generation e list building Mettere in atto campagne di Funnel Marketing
		50	Funnel Marketing	Saper analizzare il comportamento del cliente e le vendite attraverso i più importanti KPI (Key Performance Indicator)
VisitStudy	30		Saper individuare esperienze concrete di successo di imprenditori agricoli nazionali Saper 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.
	Project Work relativo all'Area Copywriting e CRM per l'impresa agroalimentare	10		Saper sviluppare la risoluzione di una problematica concreta inerente la tematica dell'area oggetto di studio attraverso una traccia scritta
PROJECT WORK	Metodologie e Project Work Finale	11	Progettazione del PW	Contenuti •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
		40	Project Work Finale	Saper realizzare un project work finale individuale definito in collaborazione con l'azienda sede di stage da presentare all'esame finale
STAGE (40%)	Pre Stage	200		Conoscere una realtà operativa Saper individuare una tematica per poter sviluppare un project work in collaborazione con l'azienda sede di stage
	Stage	600		Saper applicare le conoscenze e competenze acquisite in una realtà operativa Saper implementare nell'azienda di stage ospitante il proprio project work individuale
	TOTALE ORE	2000		0

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:

- Prof. Franco Bruni
- Dott. De Michele Vito Rocco
- Dott. Liuzzi Giovanni
- Dott. Susca Francesco
- Dott. Passaro Pierluigi

ART. 3

MODALITA' DIDATTICA

Le lezioni si articoleranno prevalentemente in 5 ore giornaliere pomeridiane, 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, ai fini dell'ammissione agli esami finali, dovrà 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:

- Formazione Personale Alimentarista Legge Reg. Puglia n. 22 /07
- Attestato EIPASS 7, validità internazionale di n. 3 anni
- Mod. A – RSPP ASPP ai sensi del Testo Unico 81/08 e Intesa Stato Regioni CU del 2016
- Certificazione linguistica IELTS per la lingua inglese
- Attestato di Privacy Specialist
- Certificazione in Google AdWords
- Certificazione in Google Analytics

12

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, a restituire, solo al completamento dell'intero percorso di studi e relativa ammissione agli esami finali, l'importo di € 180,00 versato quale cauzione all'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 modifiche delle stesse che potranno essere adottate in corso di svolgimento che saranno comunque 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 e all'uscita);
- compilare le schede di valutazione Docente e Unità Formativa;
- firmare appositi registri riportanti l'elenco del materiale didattico ricevuto, 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 la sede del corso 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 (l'ingresso in aula da parte degli studenti e dei docenti deve avvenire entro l'ora di inizio delle lezioni; durante le lezioni è tassativamente vietato l'uso dei cellulari) nonché dall'Istituto sede del Corso.

ART. 7 FREQUENZA/ASSENZE

La registrazione della presenza (ingresso ed uscita) sarà effettuata su un registro istituito dalla Fondazione e vidimato dagli uffici Regione Puglia.

Per le attività di stage, lo studente disporrà di un registro di presenze personale nel quale, dovranno essere riportate informazioni in merito a: ora di ingresso ed uscita ed attività. Il registro dovrà essere firmato dallo studente e controfirmato dal tutor aziendale e dal legale rappresentante dell'azienda.

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. 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 effettuato 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 potrà comportare l'esonero totale o parziale dalla frequenza delle ore previste per la specifica Unità Formativa.

Gli interessati dovranno, entro e non oltre 30 gg dall'inizio dell'UF presentare domanda redatta in carta semplice, indirizzata al Presidente della Fondazione e corredata dal dossier (copia di certificazioni/attestati/diplomi con il programma dell'insegnamento/modulo, ecc.).

ART. 9 MODALITA' DI VALUTAZIONE DELL'APPRENDIMENTO

L'andamento delle attività di formazione sarà periodicamente monitorato.

All'inizio di ciascuna Unità Formativa allo studente sarà somministrato un Test di ingresso al fine di acquisire consapevolezza delle proprie conoscenze/competenze in relazione a quanto previsto in esito.

Al termine di ciascuna Unità Formativa è prevista, alla presenza del docente, una verifica scritta che ha l'obiettivo di verificare l'apprendimento in termini di competenze e conoscenze. Salvo diversamente, esplicitamente previsto dalla normativa cogente di riferimento, il test di verifica

prevede n° 20 domande a risposta multipla (n°3 di cui una sola corretta) strutturate in maniera tale che lo studente debba fare un ragionamento/analisi critica + n°2 domande a risposta aperta la cui risposta sia univoca. Ai fini della correzione, per ciascuna risposta chiusa è previsto Punti 0,4 per risposta corretta, Punti 0 per risposta non data e Punti -0,1 per risposta errata; per ciascuna risposta aperta è previsto Punti 1 se corretta, Punti 0 se non data e Punti -0,1 se errata.

Terminata la prova, il docente dovrà fornire dettagli/informazioni in merito a risposte corrette, 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;
- il recupero della verifica di fine UF, non superata o non sostenuta, avverrà con una prova bis, una sola volta, alla presenza del Tutor e del Coordinatore didattico del Corso;
- in caso di verifica non superata o non sostenuta nella sessione di recupero, in concomitanza degli esami di Area 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.

Al termine di ogni Area è previsto un esame scritto e orale che rappresenta per lo studente un momento di consapevolezza e riflessione sulle capacità professionali in riferimento agli obiettivi del Corso, nonché delle reali conoscenze e competenze acquisite. Questa prova sarà considerata ai fini della valutazione complessiva di fine Corso e pertanto ai fini dell'ammissione agli esami finali.

L'esame verterà sul programma delle Unità Formative/Moduli già conclusi alla data dell'esame. Altresì saranno valutati: proprietà di linguaggio, capacità di argomentare e di fare collegamenti tra argomenti trattati anche attraverso l'illustrazione di casi concreti.

Sulla base dei risultati dell'esame potrebbero essere individuati debiti formativi da recuperare in tempi brevi, in una data che stabilirà la Fondazione.

ART. 10 CERTIFICAZIONE FINALE

Il diploma di tecnico superiore è 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 (Diploma Supplement) 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. 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. 11 PREMIO DI STUDIO

Al termine del Corso ITS è previsto n. 1 Premio di studio che sarà assegnato allo studente che conseguirà il punteggio complessivo più alto alle prove di esame finale. A parità di punteggio, il Premio sarà assegnato allo studente che avrà conseguito la media più alta relativamente alla valutazione dell'intero Corso.

L'ammontare del Premio sarà determinato dalla somma delle quote di iscrizione per l'ammissione alla selezione, versata dai partecipanti alla selezione.

ART. 12 REFERENTI

Lo studente potrà rivolgersi a:

1. Prof. Vito Nicola Savino (Responsabile del Progetto e Presidente della Fondazione), presidenza@itsagroalimentarepuglia.it
2. Dott. Gianfranco Ciola (Direttore del Corso), gianfrancociola@tiscali.it
3. Dott. Giuseppe Maggi (Coordinatore generale del Corso), g.maggi@itsagroalimentarepuglia.it
4. Dott.ssa Marseglia Lucrezia (Coordinatore del corso), lucreziamarseglia@libero.it
5. Dott. Turco Andrea (Tutor d'aula), tutor.midia@itsagroalimentarepuglia.it

ART. 13 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. 14
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. 15
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.

16

Letto, approvato e sottoscritto

Lo Studente _____

Il Presidente della Fondazione _____