

ENOFood EXPERIENCE - Tecnico per la comunicazione, il marketing per l'esperienza

enogastronomica e turistica

Biennio 2022-2024 - Sede Firenze - approvato con DD n. 14258 del 13/07/2022 - Regione Toscana

		UF	TITOLO Unità Formativa	UF teoriche d'aula	1° ANNO	2° ANNO
Propedeutico			Inglese	20		
			Matematica e Statistica	20		
			Fondamenti di comunicazione e marketing	20		
			Fondamenti di agronomia generale e ambientale	20		
Macroarea Competenze generali di base	ambito linguistico, comunicativo e relazionale	Insegnamenti trasversali				
		1	BUSINESS ENGLISH	108	48	60
	ambito scientifico e tecnologico	2	COMUNICAZIONE, PROBLEM SOLVING, TEAM BUILDING, ORIENTAMENTO AL RUOLO E RICERCA ATTIVA DEL LAVORO	24	24	0
		3	FONDAMENTI DI STATISTICA, INFORMATICA E DATA ANALYSIS	32	32	0
		4	TECNICHE DI PROJECT MANAGEMENT	16	0	16
		5	PRINCIPI DI NUTRIZIONE E ALIMENTAZIONE	16	16	0
		Aspetti giuridico-economici dell'impresa agro-alimentare				
	ambito giuridico ed economico	6	SICUREZZA E PREVENZIONE NEI LUOGHI DI LAVORO e HACCP	32	32	0
		7	ECONOMIA E GESTIONE DELL'IMPRESA AGRO-ALIMENTARE e AGRO-INDUSTRIALE	24	24	0
		8	DIRITTO ALIMENTARE, COMMERCIALE E DEL LAVORO, RESPONSABILITA' SOCIALE E NORMATIVE PER LA GESTIONE DEI RIFIUTI	16	16	0
		9	ETICHETTATURA, TRACCIABILITA' e CERTIFICAZIONI VOLONTARIE DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI	24	0	24
ambito organizzativo e gestionale	Organizzazione e gestione della filiera agro-alimentare					
	10	ORGANIZZAZIONE DELLA FILIERA PRODUTTIVA E DISTRIBUTIVA: I TRASPORTI INTERNAZIONALI e le NORMATIVE DOGANALI	16	16	0	
		11	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE, QUALITA' E SOSTENIBILITA' NEL SETTORE ENOGASTRONOMICO: RELAZIONE CON IL CLIENTE E DIMENSIONE ESPERIENZIALE	72	0	72
Totale Macroarea				380	208	172
Macroarea Competenze tecnico professionali	comuni all'area Nuove Tecnologie per il Made in Italy	Sviluppo e innovazione del prodotto e del processo				
		12	TECNOLOGIE AGRARIE E AGRO-INDUSTRIALI, PROCESSI DI TRASFORMAZIONE E APPLICAZIONI INDUSTRIA 4.0	16	16	0
		13	AGRICOLTURA SOSTENIBILE, AMBIENTE E TERRITORIO	16	16	0
		Marketing, Cultura e Promozione del prodotto				
		14	MARKETING INTERNAZIONALE NEL SETTORE AGROALIMENTARE e VITI-VINICOLO	24	24	0
		15	STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DI IMPRESA	24	24	0
		16	ASSOCIAZIONISMO E COOPERAZIONE PER LA VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO E DEI PRODOTTI	20	0	20
		17	CONFEZIONAMENTO, IMBALLAGGIO e COMMERCIALIZZAZIONE DEGLI ALIMENTI	16	16	0
	18	DEFINIZIONE DEL PIANO DI MARKETING: TECNICHE e METODI PER L'ANALISI DEI MERCATI	24	24	0	
Totale Macroarea				140	120	20
Macroarea Competenze tecnico professionali	Specifiche del profilo	Innovazione e digitalizzazione per il marketing agro-alimentare				
		19	LE FILIERE AGRO ALIMENTARI: PROCESSI PRODUTTIVI e MARKETING DEI PRODOTTI DEL TERRITORIO	32	32	0
		20	LA COMUNICAZIONE e IL MARKETING NEL SETTORE AGRO-ALIMENTARE: POSIZIONAMENTO ON-LINE e GESTIONE DELL'ACCOGLIENZA DEL CLIENTE	40	24	16
		21	WEB MARKETING ED E-COMMERCE MANAGEMENT	32	32	0
		22	VITICOLTURA e OLIVICOLTURA	32	32	0
		23	IDEAZIONE, PROGETTAZIONE e REALIZZAZIONE DI EVENTI AZIENDALI e FIERISTICI: DEGUSTAZIONI, FESTIVAL e TOUR DELLE FILIERE AGRO-ALIMENTARI DEL TERRITORIO	120	0	120
		24	LABORATORIO DI ANALISI SENSORIALE e STORY TELLING DI PRODOTTO	40	0	40
		25	DIGITAL MARKETING e LABORATORIO MULTIMEDIALE DI VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI	120	40	80
26	LA VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO AGRO ALIMENTARE (PROJECT WORK)	64	32	32		
Totale Macroarea				480	192	288

TOTALE AULA	1000	520	480
TOTALE STAGE	800	380	420
TOTALE ORE	1800	900	900