

FOOD MARKETING & EXPORT MANAGEMENT - TECNICO PER L'INNOVAZIONE DELLE STRATEGIE DI MARKETING ED EXPORT DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI MADE IN ITALY

	UF	TITOLO Unità Formativa	ORE totali UF teoriche	1° ANNO	2° ANNO	
Propedeutico		Inglese	20			
		Matematica e Statistica	24			
		Complementi di agronomia generale e ambientale	36			
Macroarea Competenze generali di base	Insegnamenti trasversali					
	ambito linguistico, comunicativo e relazioni	1	TECHNICAL ENGLISH	144	104	40
		2	LE SOFT SKILLS PER L'INNOVAZIONE	32	32	0
		3	LE DIGITAL SKILLS PER L'INNOVAZIONE	40	40	0
		4	PRINCIPI DI NUTRIZIONE E ALIMENTAZIONE	32	32	0
	ambito scientifico, tecnologico e relazionale	Aspetti giuridico-economici dell'impresa agro-alimentare				
		5	SICUREZZA E PREVENZIONE NEI LUOGHI DI LAVORO E HACCP	32	32	0
		6	ECONOMIA E GESTIONE DELL'IMPRESA AGRO-ALIMENTARE E AGRO-INDUSTRIALE	24	24	0
		7	DIRITTO COMMERCIALE E DEL LAVORO PER L'IMPRESA AGRICOLA, RESPONSABILITA' SOCIALE E DIRITTO ALIMENTARE E AMBIENTALE	24	24	0
		8	LA CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE, I PAGAMENTI INTERNAZIONALI E LA GESTIONE DEL RISCHIO DEL CREDITO	24	24	0
		9	ETICHETTATURA, TRACCIABILITA' e CERTIFICAZIONI VOLONTARIE DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI E DEI PROCESSI PRODUTTIVI	32	32	0
	ambito organizzativo e gestionale	Organizzazione e gestione della filiera agro-alimentare				
		10	ANALISI DEGLI ALIMENTI E TECNICHE DI CONTROLLO QUALITA'	24	24	0
11		ORGANIZZAZIONE DELLA FILIERA PRODUTTIVA E DISTRIBUTIVA: I TRASPORTI INTERNAZIONALI E LE NORMATIVE DOGANALI	24	24	0	
	12	ORGANIZZAZIONE AZIENDALE, QUALITA' E SOSTENIBILITA' NEL SETTORE ENOGASTRONOMICO: RELAZIONE CON IL CLIENTE E DIMENSIONE ESPERIENZIALE	40	40	0	
Totale Macroarea			472	432	40	
Macroarea Competenze tecnico professionali	Sviluppo e innovazione del prodotto e del processo					
	comuni all'area Nuove Tecnologie per il Made in Italy	13	TECNOLOGIE AGRARIE E AGRO-INDUSTRIALI, PROCESSI DI TRASFORMAZIONE E APPLICAZIONI INDUSTRIA 4.0	32	32	0
		14	PRODUZIONI ANIMALI DEL TERRITORIO: MACCHINE E IMPIANTI ZOOTECNICI	32	32	0
		15	PRODUZIONI VEGETALI: GESTIONE DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO	32	32	0
		16	AGRICOLTURA, AMBIENTE E TERRITORIO	32	32	0
	Marketing, Cultura e Promozione del prodotto					
		17	MARKETING INTERNAZIONALE NEL SETTORE AGROALIMENTARE E VITI-VINICOLO	32	32	0
		18	STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DI IMPRESA	40	40	0
		19	TRADIZIONE E LOCALIZZAZIONE DELLE FILIERE DEL TERRITORIO	24	24	0
		20	CONFEZIONAMENTO, IMBALLAGGIO E COMMERCIALIZZAZIONE DEGLI ALIMENTI	24	24	0
		21	TECNICHE E METODI PER L'ANALISI DEI MERCATI	32	32	0
		22	STRATEGIE DI VENDITA E PROMOZIONE DEL PRODOTTO	32	32	0
	Totale Macroarea			312	312	0
Macroarea Competenze tecnico professionali	Innovazione e digitalizzazione per il marketing agro-alimentare					
	Specifiche del profilo	23	LE FILIERE AGRO ALIMENTARI: PROCESSI PRODUTTIVI E MARKETING DEI PRODOTTI DEL TERRITORIO	40	40	0
		24	LABORATORIO DI MARKETING E VALORE PER LA FILIERA VITI-VINICOLA - Il vino tra tradizione e innovazione	40	40	0
		25	LABORATORIO DI MARKETING E VALORE PER LA FILIERA OLIVICOLA - La tutela di territorio e comunità attraverso un'olivicoltura pulita, un prodotto buono ed un	24	24	0
		26	LABORATORIO DI MARKETING E VALORE PER LA FILIERA CEREALICOLA - La civiltà dei cereali: dalla filiera al futuro della biodiversità	16	16	0
		27	LABORATORIO DI MARKETING E VALORE PER LA FILIERA DELLE CARNI - Le carni del nostro territorio, scelta e valorizzazione.	16	16	0
		28	LABORATORIO DI MARKETING E VALORE PER LA FILIERA CASEARIA - Dal territorio alla tavola: la filiera casearia che fa la differenza	16	16	0
		29	LABORATORIO DI MARKETING E VALORE PER LA FILIERA ITTICA - La filiera ittica in Toscana: caratteristiche e criticità	16	16	0
		30	DIGITAL MARKETING E LABORATORIO MULTIMEDIALE DI VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI	128	48	80
		31	LA VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO AGRO ALIMENTARE (PROJECT WORK)	120	40	80
Totale Macroarea			416	256	160	
TOTALE AULA			1200	1000	200	
TOTALE STAGE			800	0	800	
TOTALE ORE			2000	1000	1000	