

# FOOD MARKETING & EXPORT MANAGEMENT - Tecnico per l'Innovazione delle Strategie di

## Marketing ed Export dei Prodotti Agro-Alimentari Made in Italy

### 4.1.3 Tecnico superiore per la valorizzazione e promozione delle produzioni agroalimentari

|   |  | UF e TITOLO Unità Formativa   | ORE totali UF teoriche | Ore 1° ANNO | Ore 2° ANNO |
|---|--|---|------------------------|-------------|-------------|
| <b>Propedeutico</b>                               |  | Inglese   | 20                     |             |             |
|   |  | Matematica e Statistica   | 24                     |             |             |
|   |  | Complementi di agronomia generale e ambientale  | 36                     |             |             |
| <b>Macroarea Competenze Comuni</b>                | Ambito linguistico, comunicativo e relazionale | 1: TECHNICAL ENGLISH  | 160                    | 120         | 40          |
|   |  | 2: SOFT SKILLS PER LA SOSTENIBILITA', L'AUTOIMPREDITORIALITA' E LA GESTIONE DELLE RELAZIONI   | 48                     | 48          | 0           |
|   | Ambito scientifico e tecnologico               | 3: DIGITAL SKILLS & DATA ANALYSIS   | 48                     | 48          | 0           |
|   | Ambito giuridico ed economico                  | 4: SICUREZZA, HACCP, PRINCIPI DI NUTRIZIONE E ALIMENTAZIONE   | 32                     | 32          | 0           |
|   |  | 5: ECONOMIA E GESTIONE DELL'IMPRESA AGRO-ALIMENTARE E AGRO-INDUSTRIALE  | 32                     | 32          | 0           |
|   |  | 6: DIRITTO, RESPONSABILITA' SOCIALE E CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE  | 36                     | 36          | 0           |
|   | Ambito organizzativo e gestionale              | 7: ETICHETTATURA, TRACCIABILITA', CERTIFICAZIONI VOLONTARIE E TECNICHE DI CONTROLLO QUALITA'  | 46                     | 46          | 0           |
|   |  | 8: ORGANIZZAZIONE DELLA FILIERA PRODUTTIVA E DISTRIBUTIVA   | 32                     | 32          | 0           |
|   |  | 9: ORGANIZZAZIONE AZIENDALE, QUALITA' E SOSTENIBILITA' NEL SETTORE ENOGASTRONOMICO: RELAZIONE CON IL CLIENTE E DIMENSIONE ESPERIENZIALE                                 | 48                     | 48          | 0           |
|   |  | 10: PRODUZIONI ANIMALI E VEGETALI E TECNOLOGIE AGRARIE E AGRO-INDUSTRIALI   | 56                     | 56          | 0           |
|   |  | 11: AGRICOLTURA SOSTENIBILE, AMBIENTE E TERRITORIO  | 32                     | 32          | 0           |
| <b>Totale Macroarea</b>                           |  |   | <b>570</b>             | <b>530</b>  | <b>40</b>   |
| <b>Macroarea Competenze tecnico professionali</b> | Competenze comuni                              | 12: MARKETING INTERNAZIONALE NEL SETTORE AGROALIMENTARE E VITI-VINICOLO   | 32                     | 32          | 0           |
|   |  | 13: STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DI IMPRESA   | 40                     | 40          | 0           |
|   |  | 14: TECNICHE E METODI PER L'ANALISI DI MERCATO  | 46                     | 46          | 0           |
|   |  | 15: TECNICHE DI CONFEZIONAMENTO, IMBALLAGGIO, PROMOZIONE, VENDITA E COMMERCIALIZZAZIONE DEL PRODOTTO  | 60                     | 60          | 0           |
|   |  | 16: LE FILIERE AGRO ALIMENTARI: TRADIZIONE, LOCALIZZAZIONE, PROCESSI PRODUTTIVI E MARKETING DEI PRODOTTI DEL TERRITORIO   | 64                     | 64          | 0           |
|   |  | 17: LABORATORIO DI ANALISI SENSORIALE, MARKETING E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA VITI-VINICOLA - Il vino tra tradizione e innovazione                                    | 36                     | 36          | 0           |
|   |  | 18: LABORATORIO DI ANALISI SENSORIALE, MARKETING E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA OLIVICOLA - La tutela di territorio e comunità attraverso un'olivicoltura pulita,       | 16                     | 16          | 0           |
|   |  | 19: LABORATORIO DI ANALISI SENSORIALE, MARKETING E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA BRASSICOLA - La birra tra storia, stili e territori e il movimento artigianale italiano | 16                     | 16          | 0           |
|   |  | 20: LABORATORIO DI ANALISI SENSORIALE, MARKETING E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA CEREALICOLA - La civiltà dei cereali: dalla filiera al futuro della biodiversità        | 16                     | 16          | 0           |
|   |  | 21: LABORATORIO DI ANALISI SENSORIALE, MARKETING E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA DELLE CARNI - Le carni del nostro territorio, scelta e valorizzazione                   | 16                     | 16          | 0           |
|   |  | 22: LABORATORIO DI ANALISI SENSORIALE, MARKETING E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA CASEARIA - Dal territorio alla tavola: la filiera casearia che fa la differenza         | 16                     | 16          | 0           |
|   |  | 23: LABORATORIO DI ANALISI SENSORIALE, MARKETING E VALORIZZAZIONE DELLA ITTICA - La filiera ittica in Toscana: caratteristiche e criticità                              | 16                     | 16          | 0           |
|   |  | 24: DIGITAL MARKETING E LABORATORIO MULTIMEDIALE DI VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI LOCALI  | 132                    | 52          | 80          |
|   |  | 25: LA VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO AGRO ALIMENTARE (PROJECT WORK)   | 124                    | 44          | 80          |
|   |  | <b>Totale Macroarea</b>   |                        |             | <b>630</b>  |
| <b>TOTALE AULA</b>                                |  |   | <b>1200</b>            | <b>1000</b> | <b>200</b>  |
| <b>TOTALE STAGE</b>                               |  |   | <b>800</b>             | <b>0</b>    | <b>800</b>  |
| <b>TOTALE ORE</b>                                 |  |   | <b>2000</b>            | <b>1000</b> | <b>1000</b> |