

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
	Propedeutico	Inglese	20		
		Matematica e Statistica	24		
		Complementi di agronomia generale e ambientale	36		
Macroarea Competenze Comuni	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
Totale Macroarea			570	530	40
Macroarea Competenze tecnico professionali	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
		Totale Macroarea			630
TOTALE AULA			1200	1000	200
TOTALE STAGE			800	0	800
TOTALE ORE			2000	1000	1000