

# WINE MANAGER - TECNICO SUPERIORE PER IL MARKETING E LA QUALITA' DELLE PRODUZIONI VITI-VINICOLE

## 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		
Macroarea Competenze Comuni	Ambito linguistico, comunicativo e relazionale	1: TECHNICAL ENGLISH	120	52	68
		2: SOFT SKILLS PER LA SOSTENIBILITA', L'AUTOIMPREDITORIALITA' E LA GESTIONE DELLE RELAZIONI	36	0	36
	Ambito scientifico e tecnologico	3: DIGITAL SKILLS & DATA ANALYSIS	48	48	0
	Ambito giuridico ed economico	4a: SICUREZZA NEI LUOGHI DI LAVORO	16	16	0
		4b: HACCP, PRINCIPI DI NUTRIZIONE E ALIMENTAZIONE	16	16	0
		5: ECONOMIA E GESTIONE DELL'IMPRESA AGRO-ALIMENTARE E AGRO-INDUSTRIALE	32	32	0
	Ambito organizzativo e gestionale	6: DIRITTO, RESPONSABILITA' SOCIALE E CONTRATTUALISTICA INTERNAZIONALE	24	24	0
		7: ETICHETTATURA, CERTIFICAZIONI VOLONTARIE E TECNICHE DI CONTROLLO QUALITA'	32	32	0
		8: TRACCIABILITA' DEL PRODOTTO, BLOCKCHAIN ED ORGANIZZAZIONE DELLA FILIERA PRODUTTIVA	32	32	0
		9: ORGANIZZAZIONE AZIENDALE, QUALITA' E SOSTENIBILITA' NEL SETTORE VITI-VINICOLO: RELAZIONE CON IL CLIENTE E DIMENSIONE ESPERIENZIALE	32	0	32
		10: AGRICOLTURA DI PRECISIONE NEL SETTORE VITI-VINICOLO	40	40	0
		11: TECNOLOGIE AGRARIE E PROCESSI DI TRASFORMAZIONE	80	80	0
		12: MECCANIZZAZIONE IN VITICOLTURA	40	40	0
	13: VITICOLTURA BIOLOGICA E BIODINAMICA	40	40	0	
<b>Totale Macroarea</b>			<b>588</b>	<b>452</b>	<b>136</b>
Macroarea Competenze tecnico professionali		14: MARKETING INTERNAZIONALE NEL SETTORE VITI-VINICOLO E STRATEGIE DI COMUNICAZIONE DI IMPRESA	76	20	56
		15: TECNICHE E METODI PER L'ANALISI DI MERCATO	40	0	40
		16: TECNICHE DI CONFEZIONAMENTO, IMBALLAGGIO, PROMOZIONE, VENDITA E COMMERCIALIZZAZIONE DEL PRODOTTO	32	0	32
		17: LE FILIERE AGRO ALIMENTARI: TRADIZIONE, LOCALIZZAZIONE, PROCESSI PRODUTTIVI E MARKETING DEI PRODOTTI DEL TERRITORIO	32	0	32
		18: LABORATORIO DI ANALISI SENSORIALE, MARKETING E VALORIZZAZIONE DELLA FILIERA VITI-VINICOLA: IL VINO TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE	56	0	56
		19: PROGETTAZIONE E REALIZZAZIONE DI UN'OFFERTA ENOTURISTICA	32	0	32
		20: ORGANIZZAZIONE E CONDUZIONE DI VISITA AZIENDALE E DEGUSTAZIONE (Inglese)	40	0	40
		21: SOMMINISTRAZIONE E PRESENTAZIONE DI ALIMENTI E BEVANDE (Inglese)	24	0	24
		22: DIGITAL MARKETING E LABORATORIO MULTIMEDIALE DI VALORIZZAZIONE DELLE PRODUZIONI VITI-VINICOLE	40	0	40
		23: LA VALORIZZAZIONE DEL PRODOTTO VITI-VINICOLO (PROJECT WORK)	40	0	40
<b>Totale Macroarea</b>			<b>412</b>	<b>20</b>	<b>392</b>
<b>TOTALE AULA</b>			<b>1000</b>	<b>472</b>	<b>528</b>
<b>TOTALE STAGE</b>			<b>1000</b>	<b>528</b>	<b>472</b>
<b>TOTALE ORE</b>			<b>2000</b>	<b>1000</b>	<b>1000</b>