



ITS ALTA FORMAZIONE

Nuove Tecnologie per il Made in Italy Agroalimentare

Informazioni Fondazione	Nome Fondazione	Istituto Tecnico Superiore Alta Formazione per le Nuove Tecnologie per il Made in Italy nel comparto Agroalimentare – Viterbo
	Indirizzo Sede	Via Saffi, 49 - Viterbo
	Cap	01100
	Telefono	0761 092241 / 0761 321874
	Numero fax	0761 270996
	e-mail:	its.agro@gmail.com
	Web:	

Presidente Fondazione	Nome e Cognome	Bernardino De Marino
	Telefono	335 5385224
	Numero Fax	
	e-mail	nino.demarino@alice.it

Istituto Scolastico Ente di Riferimento	Nome Ente	Istituto Istruzione Superiore Pietro Canonica
	Indirizzo	Via Donatori del Sangue, snc – Vetralla (VT)
	Cap	01019
	Telefono	0761 477810
	Numero fax	
	e-mail:	vtis00200t@istruzione.it

Partenariato Fondazione	Istituzione/Azienda: Istituto Istruzione Superiore Pietro Canonica
	Sito Web:
	Istituzione/Azienda: Società Stelliferi & Itavex
	Sito Web: www.stelliferi.com
	Istituzione/Azienda: Azienda Agricola Giovannelli Luigi Martino
	Sito Web:
	Istituzione/Azienda: Cooperativa Olivicoltori Vetralla
	Sito Web: www.olivicoltori.com
	Istituzione/Azienda: CIRDER – università degli Studi della Toscana
	Sito Web:
	Istituzione/Azienda: De Marino Bernardino
	Sito Web:
	Istituzione/Azienda: Stelliferi Eugenio
	Sito Web:
	Istituzione/Azienda: I.T.A. Agrario Stat. "G. Garibaldi"
	Sito Web: www.itasgaribaldi-roma.it
	Istituzione/Azienda: Istituto Omnicomprensivo F.lli Agosti
	Sito Web: www.istagosti.it
	Istituzione/Azienda: Sea Tuscia Spin Off Accademico
	Sito Web: www.seatuscia.it
Istituzione/Azienda: Asofrutti	
Sito Web: www.assofrutti.com	
Istituzione/Azienda: Santa Marta Ingrosso prodotti ittici	
Sito Web: www.santamartasrl.it	
Istituzione/Azienda: Impresa Tuscia Doc - Il Pentagono	
Sito Web: www.tusciadoc.com	
Istituzione/Azienda: Provincia di Viterbo	
Sito Web: www.provincia.vt.it	
Istituzione/Azienda: CESCOT – Centro Sviluppo Comm. Tur. E Terz.	
Sito Web:	
Istituzione/Azienda: FB Formazione e Progettazione Srl	
Sito Web: www.fbformazione.net	

Area tecnologica di riferimento	Nuove Tecnologie per il Made in Italy
--	--

Ambiti di articolazione Aree	Nuove Tecnologie per il Made in Italy nel comparto Agroalimentare"
---	---

Figure professionali	Competenza in uscita dal percorso
<p>Tecnico per il controllo e il marketing delle produzioni agrarie e agroalimentari</p>	<p>Breve descrizione:</p> <p>il tecnico è in grado di organizzare e gestire, nel rispetto dell'ambiente, il controllo qualitative sistematico della filiera, pianificando l'organizzazione e garantendone la conformità. Svolge attività di indirizzo ed organizzazione della ricerca, al fine delle garanzie di qualità delle produzioni, valicando nel processo, la funzionalità degli impianti. Gestisce i rapporti commerciali e le attività connesse al lancio dei prodotti enogastronomici. Cura la gestione e la fidelizzazione della clientela, operando nel campo della comunicazione aziendale per le sue competenze. Ha competenze in ordine alle pratiche doganali e della documentazione d'accompagnamento merci. Opera con sistemi di qualità. Oltre alle aree di competenze sopra delineate il progetto didattico formativo prevedrà lo sviluppo e il potenziamento delle seguenti conoscenze e competenze funzionali a far sì che la figura professionale in uscita possa essere in grado di :</p> <ul style="list-style-type: none"> • conoscere e saper analizzare il contesto aziendale e territoriale più generale nell'ambito del quale opera l'azienda o la struttura produttrice , nonché saper analizzare i possibili ambiti di sviluppo di mercati nei quali collocare e commercializzare i prodotti agricoli ed agroindustriali; • interloquire e stabilire relazioni con soggetti portatori di interessi sia interni che esterni all'organizzazione (collaboratori che operano nello stesso ambito , responsabili di altre aree e, vertici aziendali etc.) , che esterni (Enti locali, organizzazioni di salvaguardia del patrimonio alimentare del territorio , "Presidi Slow- food" – accademie di prodotti tipici , GALL , e aggregazioni di area e di settore etc. – clienti e fornitori sia reali che virtuali), per il monitoraggio di tendenze, fabbisogni etc . , funzionali alla collocazione dell'offerta e la gestione di servizi commerciali di supporto; • utilizzare e sintetizzare tutte le informazioni di contesto (vocazioni produttive locali- potenzialità di mercato - target clienti di riferimento- marchi e normative di tutela prodotti – capacità di produzione – tecniche e canali possibili di distribuzione etc), funzionali alla creazione di servizi e azioni di supporto ad aziende e loro reti e consorzi , nell'ottica di favorire aggregazioni produttive ed aziendali finalizzate al raggiungimento di obiettivi comuni di qualsiasi natura (ad esempio condivisione di servizi , strategie di marketing, condivisione di costi per l'implementazione di servizi aggiuntivi e a tutela delle aziende stesse etc.); • essere in grado di proporre e gestire servizi (sia di ambito settoriale, di filiera che territoriale), di supporto alle aziende sia di produzione che di distribuzione , al fine di animare e aggregare intorno a strategie comuni e condivise di intervento (marketing- vendita- distribuzione e commercializzazione), aziende specie piccole o piccolissime che in situazioni abituali non potrebbero beneficiare di consulenze specialistiche dati i costi e gli ambiti ristretti di intervento; • saper utilizzare e (nel caso di piccoli campioni) , condurre ricerche di mercato ed organizzare attività di marketing mix , attraverso il processo prodotto – prezzo- comunicazione; • essere in grado di proporsi ed operare come animatore di reti interaziendali e ove possibile intersettoriali ; reti funzionali sia allo sviluppo aziendale (specie per le microimprese), che alla collocazione su mercati di prodotti che all'avvio e affermazione di marchi di qualità e processi organizzati di filiera (produzione – confezionamento- distribuzione – comunicazione) mediante sinergie interaziendali e settoriali;

	<ul style="list-style-type: none">• saper individuare la struttura del sistema distributivo nel settore agroalimentare ed identificare forme di collegamento delle imprese agricole con il mercato;• definire nell'ambito della legislazione del settore , forme di presentazione dei prodotti tese a migliorare la tipicità e le caratteristiche mercantili degli stessi anche mediante sinergie tra prodotti territoriali di diversa natura (Olio – Vino – produzioni ortofrutticole etc.);• conoscere e saper applicare la normativa relativa alla commercializzazione del settore , alla qualità dei prodotti e alla protezione dei marchi;• adottare le più attuali tecniche di Marketing e vendita con particolare riguardo a E- business ed e commerce;• promuovere le produzioni agricole locali ricorrendo ad attente ricerche sulle tecniche necessarie alla tipicizzazione dei prodotti;• pianificare, gestire e controllare le variabili organizzative ed economico finanziarie più rilevanti per l'attività ; essere in grado di strutturare efficacemente le attività , le risorse possedute , il tempo disponibile per il raggiungimento di un obiettivo;• conoscere le tecniche di vendita e le strategie di comunicazione con i clienti in un ottica di customer care;• saper definire strategie tese ad aumentare la penetrazione nel mercato di riferimento o di nuovi mercati di sbocco;• conoscere i riferimenti normativi e saper analizzare la politica agricola in Europa (PAC), affrontando le tematiche del dibattito corrente sulle varie riforme e i risvolti tecnici che queste possono avere in ambito nazionale;• conoscere e saper applicare gli standard contrattuali (joint ventures , accordi con stati stranieri ect.), sempre nell'ottica della tutela dell'azienda che del made in Italy più in generale.
--	---

**Progetto didattico -
formativo**

Breve descrizione:

Il percorso formativo prevedrà lo sviluppo di in aree disciplinari a loro volta articolate in Unità Formative Professionalizzanti, miranti alla formazione di un tecnico superiore in grado di organizzare e gestire , nel rispetto dell'ambiente , il controllo qualitativo e sistematico della filiera, pianificando l'organizzazione e garantendone la conformità. La figura professionale in uscita dovrà essere in grado di svolgere attività di indirizzo ed organizzazione della ricerca , al fine delle garanzie di qualità delle produzioni , validando nel processo , la funzionalità degli impianti , gestendo rapporti commerciali locali e le attività connesse al lancio dei prodotti enogastronomici . Al tecnico sarà chiesto di saper curare la gestione e la fidelizzazione della clientela , operando nel campo della comunicazione aziendale per le sue competenze . Egli dovrà avere competenze in ordine alle pratiche doganali e della documentazione di accompagnamento merci , operando con sistema qualità.

Considerato il profilo di massima sopra delineato, il progetto didattico formativo prevedrà la realizzazione delle macro aree/ unità formative e disciplinari di seguito sinteticamente elencate. Si tiene a sottolineare che tale elenco non è esaustivo e che esso sarà suscettibile di ampliamenti funzionali alla migliore collocazione possibile della figura in uscita nel M.d.L.

Macro aree disciplinari

- Deontologia professionale
- Diritto del lavoro
- Prevenzione e sicurezza nei luoghi di lavoro
- Il sistema qualità applicato a processi produttivi
- Il sistema qualità applicato a processi gestionali
- Il sistema qualità applicato a processi di commercializzazione e distribuzione
- Il sistema qualità applicato a processi di marketing e gestione del cliente
- Informatica e multimedialità
- E commerce ed e Business
- Elementi di Statistica
- Tecniche di indagine e ricerche di mercato
- English business (Level C.2)
- Gli attori del sistema: dalla produzione - alla distribuzione
- Gli attori del sistema: dall'ambito pubblico al settore privato
- Gli attori del sistema : gli associazioni di categoria, datoriali e di produzione
- Tecniche di animazione e aggregazione finalizzata
- L'impresa e la sua organizzazione
- Economia aziendale
- Comunicazione aziendale
- Strategie di impresa in contesti globali
- Tecniche per la promozione e commercializzazione
- La produzione e la logistica
- Il Contesto normativo di riferimento – Nazionale ed internazionale
- La Politica Agricola Comunitaria (PAC). I fondamenti normativi e le istituzioni di riferimento
- La rete di distribuzione e commercializzazione
- I marchi e le certificazioni di qualità, tipicità
- I servizi interaziendali, settoriali e territoriali (nuove opportunità e strategie di intervento)

Titolo di studio in esito al percorso	<u>Diploma di:</u>	Tecnico Superiore per il controllo e il marketing delle produzioni agrarie e agroalimentari
--	--------------------	--

Per ulteriori informazioni contattare	<u>Referente:</u>	
	Nome	Bernardino
	Cognome	De Marino
	Telefono	335 5385224
	e-mail	nino.demarino@alice.it