

Indicazioni delle Unità Formative/Moduli per ogni area disciplinare e delle ore di docenza attribuite ai differenti ruoli.

(Il numero di ore attribuito alle singole aree disciplinari per i differenti ruoli è a titolo indicativo e potrebbe subire delle variazioni.)

TECNICO SUPERIORE PER LA VALORIZZAZIONE DIGITAL E GREEN DELLE PRODUZIONI AGROALIMENTARI

AMBITO	AREE	MODULI	KNOWLEDGE, SKILLS AND COMPETENCE CHE SI PROPONE L'INSEGNAMENTO	ORE MODULO
		Accoglienza e Presentazione del Progetto Formativo	Descrizione degli obiettivi del percorso, presentazione dell'articolazione e mission dei moduli didattici e dei tirocini formativi nell'ottica della formazione basata sul lavoro.	5
		Orientamento e Bilancio delle Competenze	Saper scrivere il proprio Cv e la lettera motivazionale per la candidatura in azienda.	15
		Tecniche di Personal Branding	L'importanza della reputazione digitale e le finalità del personal branding. La Personal Identity. Gestire e comunicare sé stessi. Il marketing personale. Personal branding online. Tecniche, linee guida ed esempi di successo.	15
		Sicurezza sul luogo di lavoro	Introduzione e fattori motivazionali della sicurezza sui luoghi di lavoro. Introduzione al T.U. Sicurezza il Titolo I. L'organigramma della sicurezza, figure, funzioni, obblighi. I concetti di pericolo e rischio. L'analisi di rischio. Le statistiche infortunistiche. L'organizzazione del lavoro ed il fattore umano. La formazione dei lavoratori in materia di sicurezza. I mancati infortuni "near miss". Il Triangolo di Heinrich. Rischi specifici e dispositivi di protezione individuali.	20
		Inglese allineamento in ingresso	Aspetti comunicativi, strutture grammaticali, conoscenza di strategie per la comprensione globale e selettiva di testi, lessico di base, strategie di esposizione orale e di interazione in contesti di studio e di lavoro tipici del settore, organizzazione del discorso nelle tipologie testuali di tipo tecnico-	20

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

		professionale, strutture morfosintattiche adeguate alle tipologie testuali ed ai contesti d'uso, modalità di produzione di testi comunicativi, modalità e problemi basilari della traduzione di testi tecnici.	
	Inglese Laboratorio Linguistico	Sviluppo di aspetti comunicativi tali da leggere in modo ampiamente autonomo, adattando stile e velocità di lettura ai differenti testi e scopi e usando in modo selettivo le opportune fonti per riferimento e consultazione. Sviluppare un patrimonio lessicale ampio, in grado di comprendere ed esprimere i concetti fondamentali di discorsi formulati in lingua standard su argomenti concreti o astratti, anche quando si tratta di discorsi concettualmente e linguisticamente complessi; di comprendere inoltre le discussioni tecniche del suo settore di specializzazione. Capacità di comprendere ciò che viene detto in lingua standard, dal vivo o registrato, su argomenti sia familiari sia non familiari che si affrontano normalmente nella vita, nei rapporti sociali, nello studio e sul lavoro.	40
	Inglese Tecnico Commerciale	Linguaggio tecnico. Stesura e comprensione di testi commerciali. Transazioni e conversazioni telefoniche e multimediali. Presentazioni in lingua di aziende e prodotti. Traduzione testi.	30
	Informatica generale	<ul style="list-style-type: none"> • Architettura del computer • Utilizzo di base del sistema operativo Microsoft Windows e del pacchetto Microsoft Office (o Libre office) • Navigazione e ricerca di informazioni sul web, utilizzo della posta elettronica (inclusa la PEC) • Nozioni di base sulle reti (LAN, WAN, etc.) • Nozioni di base sugli strumenti in cloud 	25
	Informatica EIPASS	Percorso di certificazione EIPASS 7 Moduli User che attesta in modo oggettivo il possesso delle competenze intermedie nell'utilizzo degli strumenti dell'ICT.	25
	Informatica applicata al marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing strategico • Marketing e advertising 	25

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			<ul style="list-style-type: none"> • Tecniche di scrittura • Social media marketing • Copywriting • Ufficio stampa • Content strategy • ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO) • Creazione di un sito/blog con il CMS Wordpress • Comunicare con un blog 	
		E-commerce	<ul style="list-style-type: none"> • Intro sulla vendita online • Analisi delle principali piattaforme e-commerce open source e commerciali • Best practice • Implementazione di un semplice sito e-commerce • Gestione logistica e spedizioni • Marketplace • Gestione della reputazione: strumenti, strategie, monitoraggio • Comunicare con un blog aziendale • Ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO) • Strategie di promozione digitale dei siti e-commerce (SEM, Marketing sui social, marketing automation, email marketing, strategie di remarketing, etc.) • Strategie di internazionalizzazione 	45
	COMUNICAZIONE	Principi di comunicazione	<p>Saranno forniti gli elementi basilari della Comunicazione, con particolare attenzione alla comunicazione nel settore agroalimentare:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscenze circa la relazione fra informazione e comunicazione, nonché modelli comunicativi verbali e non verbali; • Conoscenze legate alla comunicazione nel marketing emozionale, al marketing sensoriale e al marketing esperienziale; 	15

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenze circa la comunicazione del marchio, dell'identità della marca e dell'azienda nelle relazioni pubbliche. • Saper raccogliere ed elaborare le informazioni dall'ambiente esterno, anche in contesti globali; • Saper adattare la comunicazione a diverse tipologie di stakeholder a livello internazionale; • Saper utilizzare correttamente forme di linguaggio eterogenee, tecniche e non. • Abilità nell'elaborare un piano di comunicazione; • Abilità nell'organizzare eventi, comunicati stampa e conferenze stampa; • Abilità nel comunicare in situazione di emergenza. 	
		Normative nazionali ed internazionali sui prodotti agroalimentari e sulla green economy	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza della certificazione di prodotto agro-alimentare in ambito volontario e regolamentato, con particolare riferimento alla normativa europea (DOP, IGP, BIO, ecc.) e ai marchi di qualità ambientale; • Conoscenza della legislazione del settore agro-alimentare nazionale e comunitaria. • Conoscere le norme sulle informazioni alimentari obbligatorie e volontarie per l'etichettatura dei prodotti agroalimentari; • Saper riconoscere in maniera adeguata le certificazioni di prodotti agroalimentari in base al mercato, nazionale e internazionale, servito; • Abilità di applicare le prescrizioni normative in materia di igiene e salubrità dei prodotti agro-alimentari; • Abilità di applicare le prescrizioni normative in materia di rintracciabilità degli alimenti; • Conoscenza della strategia UE del Green Deal Europeo (Programmazione 2021-27) con particolare riferimento al tema "Dal produttore al consumatore". 	25
		Privacy (676/96)	Legge sulla privacy –Gestione privacy per siti web	15

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			<p>Obiettivo del modulo è offrire gli strumenti per revisionare il proprio sistema di gestione privacy al fine di renderlo conforme alle nuove disposizione di legge imposte dal Regolamento Privacy Europeo.</p> <p>Il corso privacy fornisce un quadro chiaro ed esaustivo a chi svolge il ruolo di Responsabile del Trattamento (Responsabile Privacy), agli incaricati al trattamento dei dati personali e all' Amministratore di Sistema sul contenuto del GDPR ed agli operatori che sono interessati da tale normativa ed a tutti coloro che lavorano con i siti web come strumento di raccolta e gestione dei dati. Il corso consentirà di sperimentare l'applicazione della normativa con l'utilizzo degli strumenti digitali.</p>	
		Economia e gestione commerciale dell'azienda	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza e analisi delle abitudini, dei bisogni e delle aspettative dei clienti e dei potenziali clienti del mercato obiettivo dei prodotti agroalimentari ed enogastronomici; • Comprensione degli strumenti operativi e delle metodologie applicative di gestione dei processi di promozione, pubblicità, comunicazione dei prodotti e dei servizi offerti dalle aziende agroalimentari ed enogastronomiche • Riconoscere e saper applicare in modo corretto i principali strumenti di comunicazione, gestione degli ordini di acquisto e di vendita, dei servizi pre e postvendita delle aziende agroalimentari ed enogastronomiche; • Saper riconoscere ed individuare le problematiche di gestione dell'area dei crediti e dei debiti commerciali, soprattutto quelli legati all'area estera di operatività dell'impresa. • Individuare gli strumenti maggiormente adeguati ad azioni di promozione e gestione commerciale d'azienda in funzione di obiettivi e target di espansione commerciale in mercati internazionali; • Abilità nell'analizzare i fattori determinati delle performance commerciali, sia con riferimento al mercato interno che soprattutto estero, legati all'azienda e/o causati 	40

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			<p>dall'ambiente esterno in cui le imprese agroalimentari ed enogastronomiche operano;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Abilità nell'ideazione, realizzazione e vendita di prodotti agroalimentari ed enogastronomici che possano conferire un elevato livello di customer satisfaction nei mercati esteri; • Capacità di individuare le tendenze commerciali e le opportunità emergenti in termini di nuovi prodotti nel settore agroalimentare ed enogastronomico. 	
		Distribuzione e Logistica	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza circa la rintracciabilità dei prodotti agroalimentari secondo le normative ed i regolamenti nazionali e comunitari; • Conoscenza degli standard IFS logistic e BRC Global Standard – Storage and Distribution; • Conoscenza delle norme ISO 9001 e dei sistemi di gestione della sicurezza alimentare secondo principi di autocontrollo HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points); • Saper individuare adeguatamente la legislazione di riferimento della logistica nel settore agroalimentare; • Saper individuare adeguatamente la legislazione di riferimento della distribuzione nel settore agroalimentare; • Saper individuare in maniera adeguata la normativa nazionale e comunitaria circa la fornitura di informazioni sugli alimenti ai consumatori. • Abilità di conservazione e logistica dei prodotti agroalimentari secondo le normative nazionali e comunitarie; • Abilità nel saper individuare ed impiegare le certificazioni IFS logistic e BRC Global Standard – Storage and Distribution; <p>Abilità nell'individuare la più adeguata normativa circa la distribuzione dei prodotti agroalimentari in differenti Paesi comunitari ed extra-comunitari.</p>	40
		Tecniche di vendita dei prodotti agroalimentari	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenze delle tecniche promozionali di vendita dei prodotti agroalimentari ed enogastronomici, sia per quanto riguarda il trade, la forza vendita, il consumatore, nonché il merchandising; 	40

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenze delle tecniche di vendita nel punto vendita, nella grande distribuzione e dirette; • Conoscenze delle politiche di determinazione del prezzo dei prodotti agroalimentari ed enogastronomici in ambito internazionale. • Saper individuare la struttura dei prezzi ed applicare il giusto prezzo a diverse tipologie di mercati internazionali e prodotti agroalimentari ed enogastronomici; • Saper scegliere del giusto sistema distributivo dei prodotti agroalimentari ed enogastronomici in mercati internazionali; • Saper comprendere le peculiari trattative di vendita a seconda del mercato internazionale servito. • Abilità nel pianificare, organizzare, implementare e controllare tutti il processo di marketing e vendita dei prodotti agroalimentari ed enogastronomici in contesti di mercato globale; • Capacità di gestire il processo di distribuzione logistica e di vendita del prodotto agroalimentare ed enogastronomico; • Abilità di creare campagne pubblicitarie specifiche per i prodotti agroalimentari e enogastronomici, nonché sviluppare pubbliche relazioni a livello internazionale. 	
		Strategie e strumenti di internazionalizzazione	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscenze degli elementi e delle caratteristiche delle differenti strutture delle partnership internazionali in aziende agroalimentari ed enogastronomiche; • Conoscenza ed analisi dei metodi di internazionalizzazione diretta ed indiretta; • Comprensione circa l'analisi e pianificazione delle azioni di marketing rivolte all'accrescimento delle vendite dei prodotti agroalimentari ed enogastronomici in ambito internazionale. • Saper riconoscere e comprendere le problematiche legate alla delocalizzazione delle attività di vendita e/o di produzione di prodotti agroalimentari ed enogastronomici all'estero; • Saper riconoscere ed individuare le giuste modalità di segmentazione del mercato di potenziali acquirenti di 	45

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			<p>prodotti agroalimentari ed enogastronomici in ambito internazionale;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Saper comprendere l'attrattività delle nazioni in cui l'azienda agroalimentare ed enogastronomica andrà operare ed il relativo rischio paese. • Competenze specifiche volte all'internazionalizzazione delle attività aziendali delle imprese agroalimentari ed enogastronomiche, come le attività di ricerca & sviluppo, produzione, vendita e distribuzione; • Comprensione dei principali modelli di redazione del business plan; • Comprensione critica mediante l'analisi di case studies circa best practices di business plan per l'internazionalizzazione nel settore agroalimentare ed enogastronomico; • Comprensione sotto il profilo applicativo dei piani strategici di marketing, organizzativi, operativi ed economico-finanziari per l'espansione internazionale dell'azienda agroalimentare ed enogastronomica. • Saper valutare le risorse e competenze interne, analizzare le risorse umane, analizzare le risorse finanziarie e le risorse tecniche • Abilità nella valutazione dei punti di forza e di debolezza della propria business idea in rapporto alle offerte presenti nel settore agroalimentare ed enogastronomico del mercato globale; • Abilità nell'organizzare ed elaborare dati contabili ed extracontabili al fine di per ottenere informazioni utili e veritiere per la corretta redazione del business plan. 	
		Principi di marketing	<p>Individuare gli ambiti di applicazione del marketing e le politiche strategiche inerenti la corretta promozione e distribuzione del prodotto. Saper individuare il ciclo di vita aziendale e di prodotto e le tipologie di posizionamento del prodotto. Conoscere la più attendibili banche dati su cui</p>	25

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			reperire indagini statistiche al fine di condurre analisi di fattibilità aziendali e/o di prodotto.	
		Marketing territoriale dei prodotti agroalimentari	<p>Studiare le strategie di marketing territoriale e le azioni di valorizzazione del territorio a partire dai prodotti agroalimentari tipici. Saper applicare politiche di destination management utili per lo sviluppo di un territorio. Possedere competenza nell'ambito dello sviluppo di un territorio (rapporti imprese / enti locali) al fine di implementare azioni volte alla creazione di un network territoriale.</p> <p>Conoscere gli strumenti normativi ed individuare le azioni di integrazione sia orizzontale che verticale tra gli operatori di un territorio (reti di imprese, consorzi, club di prodotto, "strade" dei prodotti tipici, integrazione verticale di filiera, etc.) sia relativamente alle imprese agroalimentari sia nell'integrazione tra settore agroalimentare e turistico (ristorazione, servizi turistici, etc.).</p> <p>Individuare le caratteristiche della figura professionale del Destination manager e dell'esperto di marketing territoriale con particolare riguardo alle skills necessarie per la sua formazione e alle fasi da affrontare per un corretto inserimento professionale.</p>	25
		La redazione di un piano di marketing/comunicazione	<p>Modelli di redazione di un piano di marketing/comunicazione; Comprensione critica; Saper valutare risorse e strumenti per comunicare efficacemente i prodotti agroalimentari ed enogastronomici; Saper strutturare correttamente un piano di marketing/comunicazione individuando ed evidenziando gli elementi innovativi e di valore dell'azienda e del prodotto agroalimentare e/o enogastronomico sui quali andrà sviluppato il piano. Abilità nel comunicare in modo corretto e chiaro il piano di marketing/comunicazione allo specifico destinatario; Analisi del contesto. Valutazione delle opportunità, dei rischi, dei punti di forza e di debolezza. Individuazione degli obiettivi. Individuazione ed elaborazione</p>	40

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			dell'adeguata strategia di marketing. Programmi di azione. Budget e sistemi di controllo.	
		Start Up Management	<p>Sviluppo della imprenditorialità attraverso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscenza degli incubatori d'impresa e dei business acceleratore per lo sviluppo delle start-up nel settore agroalimentare; • Conoscenze degli approcci organizzativo-gestionali delle start-up innovative e non nel settore agroalimentare; • Conoscenza dei metodi e delle fonti di finanziamento delle start-up nel settore agroalimentare. • Saper individuare le opportunità imprenditoriali nel settore agroalimentare e sviluppare la business idea; • Saper individuare le fonti delle innovazioni ed adottare nuove tecnologie per la produzione agroalimentare; • Saper supportare l'innovazione e la crescita economico-finanziaria delle start-up mediante gli strumenti degli incubatori e degli acceleratori d'impresa. • Abilità di sviluppare il business model delle start-up nel settore agroalimentare; • Abilità nel redigere e sviluppare il business plan di start-up nel settore agroalimentare; • Abilità nell'ideare e realizzare nuove linee di prodotti agroalimentari mediante progetti innovativi ed incubatori d'impresa per start-up. 	30
		L'industria 4.0 nell'agroalimentare	<p>Il Modulo si propone di far conoscere ai ragazzi le Tecnologie abilitanti dell'industria 4.0:</p> <p>Advanced manufacturing solution: robot collaborativi interconnessi e programmabili.</p> <p>Additive manufacturing: uso delle stampanti 3D connesse a software di sviluppo digitali.</p>	30

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			<p>Augmented reality: realtà aumentata a supporto dei processi produttivi.</p> <p>Simulation: simulazione tra macchine interconnesse per ottimizzare i processi.</p> <p>Horizontal/Vertical integration: integrazione dati lungo tutta la catena del valore.</p> <p>Industrial Internet of Things: comunicazione multidirezionale tra processi produttivi e prodotti.</p> <p>Cloud Computing: gestione di elevate quantità di dati su sistemi aperti.</p> <p>Cybersecurity: sicurezza durante le operazioni in rete e su sistemi aperti.</p> <p>Big Data & Analytics: analisi di base dati per ottimizzare prodotti e processi produttivi.</p> <p>Sviluppare soluzioni innovative per l'impresa agroalimentare attraverso l'utilizzo delle tecnologie suddette</p>	
		Innovazione di prodotto e di processo nel settore agroalimentare	<p>Le determinanti delle innovazioni di prodotto e di processo nell'industria alimentare; comprensione dei fenomeni che regolano i processi di innovazione in un'ottica interdisciplinare; capacità di cooperazione nello sviluppo di progetti di innovazione nel settore agroalimentare alla luce dell'esigenza di uno sviluppo sostenibile e dell'efficientamento energetico.</p>	15
		Eco-innovazione nei prodotti agroalimentari	<p>Saper impostare i processi di innovazione di prodotto e di processo nel settore agroalimentare alla luce del Piano d'azione (2021-27) previsto dal Green Deal Europeo (promuovere l'uso efficiente delle risorse passando a un'economia pulita e circolare; ripristinare la biodiversità e ridurre l'inquinamento). In particolare saranno considerate: la strategia per l'Industria sostenibile (digitalizzazione, riduzione e il riutilizzo dei materiali, etc.), il Piano di azione per l'Economia Circolare, la strategia "Dal produttore al consumatore" (lotta agli sprechi, sistemi sostenibili di lavorazione e trasporto dei prodotti alimentari, miglioramenti nello stoccaggio e imballaggio dei prodotti alimentari, consumo responsabile).</p>	35

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

			Ideazione e realizzazione di un prototipo di prodotto alimentare industriale sostenibile ed eco-innovativo.	
		Ricerca e Sviluppo per l'impresa agroalimentare	<p>Il Focus del modulo è quello di fornire le conoscenze, competenze ed abilità per supportare l'impresa agroalimentare nel processo di ricerca e sviluppo attraverso l'utilizzo di finanziamenti dell'Unione Europea come fondi diretti ed indiretti.</p> <p>Saranno forniti strumenti di conoscenza dei finanziamenti europei rivolti alle aziende, in particolare a quelle del settore agroalimentare.</p> <p>Gli studenti acquisiranno le competenze e le abilità per la selezione degli avvisi di finanziamento, le modalità di partecipazione, gli aspetti gestionali e di rendicontazione del finanziamento.</p>	25
		Le tecnologie applicate alle produzioni agroalimentari	Analisi dei fenomeni che sovrintendono allo sviluppo di un processo tecnologico nell'industria agroalimentare; comprensione del ruolo delle tecnologie per promuovere la qualità, la sicurezza e la sostenibilità delle produzioni agroalimentari; capacità di interpretare i parametri tecnico-scientifici relativi ai processi tecnologici nel comparto agroalimentare.	30
		Le tecnologie applicate alle produzioni agroalimentari nella filiera vitivinicola	Analisi dei fenomeni che sovrintendono allo sviluppo del processo di produzione vitivinicola; comprensione del ruolo delle tecnologie per promuovere la qualità, la sicurezza e la sostenibilità delle produzioni vitivinicole; capacità di interpretare i parametri tecnico-scientifici relativi ai processi tecnologici nel comparto vitivinicolo.	15
		Introduzione alle produzioni agroalimentari abruzzesi	<p>Conoscenza delle vocazioni territoriali della regione Abruzzo e delle principali produzioni.</p> <p>Conoscenza specifica delle produzioni DOP, IGP e dei Prodotti Agroalimentari Tradizionali della regione e delle loro caratteristiche organolettiche e produttive.</p> <p>Conoscenza dei territori di produzione e capacità di valorizzazione dei prodotti agroalimentari.</p>	25

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

	La filiera del vino	La produzione integrata dell'uva nel rispetto delle normative comunitarie e della salute del consumatore/ Viticoltura di precisione/ Enologia innovativa e vini a bassa gradazione alcolica.	15
	La filiera olivicola-olearia	La produzione di olive nel rispetto dell'ambiente / Tecniche innovative di controllo dei parassiti/ Etichetta dell'olio e Normativa comunitaria/ Importanza delle prove di assaggio.	15
	La filiera dei prodotti cerealicoli e delle leguminose da granella	Produzione integrata e stoccaggio dei cereali / Prodotti innovativi per celiaci.	15
	La filiera dei prodotti caseari	Il latte e suoi derivati/ Prodotti caseari tipici e biologici.	15
	La filiera della carne e derivati	La produzione della carne / Classificazione della carne/Le caratteristiche sensoriali e nutrizionali/Tracciabilità e controllo della filiera.	15
	Food packaging dei prodotti agroalimentari ed ecocompatibilità	Aspetti tecnici e legislativi relativi al confezionamento dei prodotti alimentari; comprensione del ruolo strategico del packaging nella conservazione del prodotto alimentare e nel rapporto con il consumatore; capacità di analizzare ed interpretare gli aspetti tecnico-legislativi relativi al packaging di un prodotto alimentare. I nuovi packaging dei prodotti agroalimentari come canale di divulgazione dei risultati riuscendo a trasmettere sia i valori sostenibili del sistema che una maggiore consapevolezza al consumatore.	35
	Qualità e Sicurezza alimentare	Le principali cause di contaminazione di un prodotto alimentare; comprensione degli aspetti relativi alla salubrità dell'alimento; saper gestire le strategie atte a tutelare la sicurezza alimentare.	30
	Sistemi di gestione per la qualità e certificazione ambientale	Conoscenza della certificazione del Sistema Qualità e Ambiente nel settore agro-alimentare L'evoluzione dei sistemi di gestione per la qualità e l'ambiente nel settore agro-alimentare; le principali certificazioni presenti sul mercato; capacità di saper interpretare un manuale per la qualità.	35

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

PREPARAZIONE ALL'ESAME FINALE	Progettazione del PW - aula	La relazione finale del PW ha carattere individuale e consiste essenzialmente nella realizzazione di un progetto coerente con il profilo della figura professionale del percorso ITS, riguardante l'azienda nella quale si è svolto lo stage/tirocinio. L'oggetto del lavoro può far riferimento a una delle attività, funzioni o processi che ne caratterizzano il business (es. sistemi informatici e organizzativi; gestione delle risorse umane, logistica; marketing; promozione area commerciale; sistemi produttivi, ecc.).	15
	Project Work Finale – laboratorio individuale	<p>La struttura del Project work:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Copertina con loghi della Fondazione e intestazione; Titolo del progetto e nominativo della diplomanda/o; nominativo del tutor dell'ITS e del tutor aziendale. 2. Indice generale (con indicazione del numero della pagina per ogni paragrafo) 3. Riassunto 4. Summary (riassunto in lingua inglese) 5. Introduzione <p>Questa sezione è dedicata alla descrizione degli obiettivi e delle finalità del PW e come esso si colloca all'interno del vostro percorso formativo oltre che personale e professionale. In essa inoltre sarà spiegata l'articolazione del lavoro, i tempi di realizzazione, gli strumenti utilizzati nonché la struttura della relazione ed il contenuto dei diversi capitoli.</p> <p>6. Descrizione dell'azienda Questa sezione è dedicata alla storia dell'azienda, a una descrizione delle sue caratteristiche (ubicazione, assetto organizzativo, numero di dipendenti, assetto tecnico produttivo ecc.) e del contesto produttivo nel quale opera con riferimenti al legame con il territorio e al mercato di riferimento.</p> <p>7. Descrizione delle attività di stage/tirocinio</p> <p>Questa sezione è dedicata all'indicazione del periodo di svolgimento dello stage/tirocinio in azienda, del tutor aziendale e del suo ruolo nell'impresa, all'area/e funzionale/i di</p>	30

AVVISO PER FORMATORI DOCENTI FONDAZIONE ITS AGROALIMENTARE TERAMO

		<p>inserimento (cfr. Progetto Formativo) e ad una descrizione approfondita delle attività svolte, individuando un argomento FOCUS da trattare in maniera multidisciplinare rispetto alle materie studiate in aula (p.es. economia e gestione aziendale; marketing; comunicazione, tecnologie alimentari; sicurezza alimentare)</p> <p>8. Discussione e conclusioni Questa sezione è dedicata alla discussione delle attività svolte mettendo in rilievo i punti essenziali che devono permettere di arrivare alle conclusioni. Il compito fondamentale della discussione è quello di correlare le attività svolte con gli obiettivi e le finalità del PW descritte nell'introduzione. Nelle conclusioni si riassumono i contenuti del lavoro svolto con particolare attenzione ai risultati ottenuti, ai problemi incontrati, ai problemi risolti ed ai metodi utilizzati per risolverli ed infine alle indicazioni per eventuali cambiamenti applicabili per migliorare o completare il lavoro svolto in azienda.</p> <p>9. Bibliografia e sitografia Questa sezione contiene l'elenco delle pubblicazioni citate nella relazione del PW (testi; articoli) con indicazioni precise dei dati relativi alla loro reperibilità (autore, titolo; luogo di edizione; anno; ecc.) e, a parte, l'elenco dei siti internet utilizzati.</p> <p>10. Appendice Questa sezione contiene qualunque cosa sia utile ad alleggerire il corpo del testo (p.es. allegati), nonché la relazione dello stage/tirocinio (I o II annualità) non scelto per la prova orale dell'esame finale.</p> <p>11. Ringraziamenti Questa sezione riporta gli eventuali ringraziamenti verso le persone e le organizzazioni che hanno supportato e favorito lo svolgimento dello stage/tirocinio.</p>	
STAGE/TIROCINIO	Stage/Tirocinio		800
TOTALE			1800