

Unità formativa	Teoria	FAD	Verifica	Totale
<p align="center">1. <u>Accoglienza</u></p> <p>Clima di gruppo, socializzazione e conoscenza reciproca Attese e timori dei partecipanti Regole e condizioni di partecipazione; ruoli e responsabilità degli attori del processo formativo Obiettivi, contenuti, metodologie ed organizzazione del percorso formativo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caratteristiche del Profilo professionale: attività, competenze, attitudini e sbocchi professionali • Le risorse personali: attitudini e interessi professionali, esperienze e competenze • Obiettivo professionale e piano di azione • Cenni ai principali istituti contrattuali (L. 30/2003) • I servizi all'impiego • Le fonti informative • Le inserzioni: interpretare e scrivere un'inserzione • Il curriculum vitae europeo • Il colloquio di selezione: modalità di preparazione e di svolgimento • Lo stage: <ul style="list-style-type: none"> - il progetto dello stage (obiettivi e attività) - verifica e monitoraggio dello stage - ruoli degli attori coinvolti: stagista, tutor aziendale, tutor formativo 	ore 16	ore 2	//	18
<p align="center">10. <u>Marketing territoriale e turismo enogastronomico</u></p> <p>Marketing territoriale Concetti fondamentali di marketing Marketing turistico Analisi di domanda e offerta turistica Il target Analisi SWOT Il prodotto turistico: significato e posizionamento Globalizzazione dei mercati e la differenziazione dei prodotti turistici Trend emergenti e evoluzione delle strategie di marketing Politiche per la valorizzazione turistica Promozione e commercializzazione dei prodotti di qualità Organizzazione di eventi finalizzati alla promozione del territorio Turismo enogastronomico Evoluzione del turismo enogastronomico in Italia Le componenti del prodotto turistico e dei servizi che lo riguardano La costruzione di itinerari enogastronomici; la tipologia degli itinerari, le fasi della costruzione di un itinerario, la definizione dei costi.</p>	ore 48	ore 8	Di cui 2 ore per verifica intermedi a + QST finale	56 (UFC)
<p align="center">11. <u>Antropologia culturale</u></p>	ore 36	ore 0	QST finale	36 (UFC)

<ul style="list-style-type: none"> • I caratteri costitutivi di una cultura territoriale • I patrimoni culturali materiali e immateriali tradizionali come risorsa del territorio • La comunità: norme, credenze e riti • Ciclo rituale dell'anno e della vita (calendario, feste, tradizioni) • Territorio e contaminazioni culturali • La rivalutazione del patrimonio culturale popolare • Orizzonti turistici e orizzonti identitari 				
<p align="center"><u>12. Sociologia del territorio e della comunicazione</u></p> <p>Sociologia del territorio Tecniche di analisi e di ricerca dei bisogni e delle risorse del territorio Programmazione, gestione e verifica dello sviluppo agroalimentare del territorio Il rapporto tra enti pubblici e operatori privati del settore alimentare Il coinvolgimento della popolazione locale nei progetti di sviluppo Il rapporto tra reti corte e reti lunghe Sociologia della comunicazione I concetti di comunicazione e promozione Il rapporto con la realtà socioeconomica locale I comportamenti e i processi di acquisto e consumo alimentare e gastronomico Il progetto di comunicazione: gli obiettivi, il target, gli strumenti da utilizzare Analisi delle tecniche e dei linguaggi di comunicazione legate alla cultura enogastronomica del territorio</p>	ore 12	ore 4	QST finale	16 (UFC)
<p align="center"><u>9. Tecniche e analisi della comunicazione</u></p> <p>Elementi fondamentali della comunicazione La comunicazione come relazione Caratteristiche e funzioni della comunicazione Comunicazione verbale e non verbale Gli stili della comunicazione L'approccio con il cliente Canali di comunicazione: stampa, televisione, radio, web L'informazione nell'ambito gastronomico e turistico La ricerca delle informazioni: strumenti, attendibilità delle fonti, contenuti e modelli di comunicazione Le fonti bibliografiche tradizionali: editoria e stampa, messaggi pubblicitari, internet Laboratorio di scrittura: la redazione di un testo informativo, schede di prodotti enogastronomici, comunicati stampa, redazionali, pagine on line</p>	ore 46	ore 0	QST finale	46 (UFC)
<p align="center"><u>14. Tradizioni e cultura del territorio</u></p> <p>Le tradizioni alimentari Elementi antropologici, culturali e sociali che determinano il radicamento dei prodotti: - Evoluzione ed alimentazione - I comportamenti alimentari e la storia - Le tradizioni, il territorio, i prodotti - I linguaggi del cibo: letteratura, cinema, arte</p>	ore 20	ore 6	QST finale	26 (UFC)
<p align="center"><u>3. Elementi di statistica e tecniche di ricerca</u></p>	ore 16	ore 0	//	16

<p>Concetti generali sui dati statistici e sulla loro organizzazione (concetti di collettivo, unità statistica, carattere, modalità; organizzazione dei dati secondo distribuzioni e serie statistiche).</p> <p>Distribuzioni di frequenza univariate e loro misure di centro e di variabilità (misure di centro: media, mediana, moda; misure di variabilità: ampiezza del campo di escursione, differenza interquartile, differenza media, scarto semplice medio dalla mediana, scarto quadratico medio e misure di variabilità relativa da queste derivate).</p> <p>Distribuzioni di frequenza bivariate e loro misure di connessione (misure per caratteri quantitativi: coefficiente di correlazione lineare; misure per caratteri qualitativi derivate dal chi quadrato).</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rappresentazioni grafiche e loro utilità per l’analisi • Tipologie di diagrammi: <ul style="list-style-type: none"> - a barre - pictogramma - a settori circolari - istogramma - poligono di frequenza - cartesiani • Esempificazioni di rappresentazioni grafiche di risultati di indagini di customer satisfaction 				
<p align="center"><u>7. Elementi di base per la progettazione di siti per e-commerce</u></p> <p>Definizione di business model ed e-commerce Internet ed il web: l’infrastruttura per il commercio elettronico, strumenti web Pianificare e sviluppare un progetto di e-commerce: ideazione, programmazione, sviluppo ed installazione applicazioni Studio layout grafico Redazione dei testi Realizzare “il negozio”: - amministrazione del carrello della spesa - catalogazione gerarchica dei prodotti - supporto on-line dell’ordine - controllo ed esecuzione dell’ordine - amministrazione degli acquirenti - amministrazione di offerte e promozioni - amministrazione della pubblicità Piattaforme e-commerce open source Attività di promozione attraverso posizionamento sui motori di ricerca, Web Advertising e pubblicità off-line L’e-mail marketing Realizzazione sito web</p>	<p align="center">ore 32</p>	<p align="center">ore 8</p>	<p align="center">Di cui 2 ore per verifica intermedi a + QST finale</p>	<p align="center">40 (UFC)</p>
<p align="center"><u>16. Prodotti e patrimoni del territorio</u></p> <p>Il territorio di riferimento: morfologia, caratteristiche naturalistiche, vie di comunicazione Evoluzione storica del territorio, caratteri antropici, individuazione di siti di interesse particolare Il patrimonio agro-alimentare del territorio: il cibo contadino</p>	<p align="center">ore 46</p>	<p align="center">ore 0</p>	<p align="center">//</p>	<p align="center">46 (UFC)</p>

e la costruzione del “terroir” Caratteristiche ed analisi della gastronomia e dell'enologia locali Selezione delle produzioni e dei prodotti tipici del territorio e riconoscimento delle eccellenze L'alimentazione tra tradizione e complessità sociale La costruzione dei territori turistici:musei contadini,feste popolari Turismo e nuovo territorio antropologico				
<u>5. Igiene e Sicurezza sul lavoro</u>	ore 6	ore 4	//	10
Alcuni dati statistici su: infortuni e decessi, malattie professionali Testo Unico sulla Sicurezza (D. Lgs 81/2008) Ruolo degli attori istituzionali: INAIL, ASL, Ispesl, SPRESAL, Direzione Provinciale del Lavoro, VVFF, Pubblica sicurezza Infortunio e mutua: iter, trattamento economico Figure previste dal servizio di prevenzione e protezione: responsabile, rappresentante dei lavoratori per la sicurezza, addetti evacuazione e primo soccorso, medico competente Informazione e formazione dei lavoratori Rischi generali e specifici Modalità di prevenzione e dispositivi di protezione individuale e collettiva di settore Segnaletica di sicurezza Uso dei videotermini Procedure di primo intervento				
<u>15. Educazione al gusto</u>	ore 30	Ore 0	QST finale	30 (UFC)
<ul style="list-style-type: none"> • Studio funzionale di naso,palato e lingua:funzioni del gusto e dell'olfatto • Sviluppo della terminologia specifica:determinazioni dei descrittori • Individuazione dei principali aspetti organolettici e nutrizionali dei prodotti • Elementi chimici esaltatori di sapori e profumi • Introduzione all'analisi sensoriale:degustazione e abbinamento cibo/vino 				
<u>6. Inglese tecnico</u> (verifica dei pre-requisiti)	ore 50	Ore 0	QST finale	50 (UFC)
DOCUMENTI TECNICI Lettera commerciale Fax Messaggi di posta elettronica Preventivo economico Comunicazioni interne, verbali e circolari Stesura di presentazioni su temi specifici Analisi ed utilizzo di: manuali, testi tecnici, normative di settore Documentazione relativa a studio e formazione all'estero: CV europeo in inglese, modulistica per iscrizione a corsi di formazione, autocandidature e inserzioni professionali LESSICO TECNICO Lessico tecnico-scientifico del settore di riferimento Fraseologia di settore				

<p>Conversazione informale e professionale Comunicazione telefonica: frasi di saluto e commiato, conversazione formale e informale</p>				
<p align="center"><u>2. Organizzazione aziendale e autoimprenditorialità</u></p> <p>Definizioni di organizzazione Approcci all'organizzazione - Cenni storici Modalità di rappresentazione di una struttura organizzativa formalizzata (organigramma, funzionigramma) Principali modelli organizzativi (gerarchico-funzionale, gerarchico-divisionale, a matrice, per progetti, ecc.) Processi e funzioni aziendali Modalità di descrizione di un ruolo organizzativo: posizione, responsabilità, autonomia, compito, competenze La centralità della risorsa umana nelle moderne concezioni organizzative Cenni ai sistemi qualità ed alla norma UNI EN ISO 9001 La learning organization: l'organizzazione che apprende e l'apprendimento continuo</p> <p>ECONOMIA AZIENDALE DI BASE La produzione economica d'impresa Il reddito e la sua misurazione periodica I concetti di esercizio e di competenza economica Il capitale o patrimonio d'impresa I finanziamenti e gli impieghi La nozione di patrimonio netto I conti di sintesi risultanti dalla contabilità generale: lo stato patrimoniale e il conto economico</p>	ore 6	ore 6	2	14
<p align="center"><u>13. Storia dell'enogastronomia</u></p> <p>Strumenti di analisi storica e linguistica Lessico gastronomico Storia dei lessici culinari ed analisi dei contenuti principali di dizionari ed enciclopedie gastronomiche Elementi di storia della cucina e ristorazione Elementi di storia della gastronomia e dell'alimentazione locale Stili ristorativi e culinari, con particolare riferimento al loro valore gastronomico ed alla loro codificazione</p>	ore 20	ore 4	QST finale	24 (UFC)
<p align="center"><u>4. Cittadinanza attiva e pari opportunità</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Sistema di ruoli e di relazioni fra uomini e donne: brevi riferimenti storici, sociali, culturali, politici, economici • Le discriminazioni: tipologie, cause e conseguenze • Normative nazionali: Legge 125/1991, L.215/1992, L. 53/2000 • Il panorama europeo: Maastricht, Amsterdam, Lisbona, le conferenze mondiali • Congedi formativi, maternità-paternità, ecc. • Organismi di parità (commissioni di parità nazionali e locali, consigliere di parità locali e nazionali, ecc.) • Esempificazioni di iniziative in favore delle pari opportunità • DIMENSIONE DI GENERE • Analisi dei condizionamenti della società sull'individuo nelle sue scelte personali/ professionali e nell'esplicazione nella propria identità di genere 	ore 8	ore 6	//	14

IFTS: “Tecnico superiore per la comunicazione alimentare e gastronomica” ID322548

<ul style="list-style-type: none"> • Il linguaggio di genere • DIMENSIONE ETA' • Definizione dei criteri che caratterizzano la discriminazione in generale e quella per età • Descrizione delle situazioni di discriminazioni formali, non formali e di fatto • DIMENSIONE PROVENIENZA ETNICA E RELIGIOSA • L'importanza delle peculiarità culturali e religiose delle comunità di provenienza. • Il superamento di modelli stereotipati e svalutativi • Le discriminazioni etnico-religiose nel mondo del lavoro • DIMENSIONE ORIENTAMENTO SESSUALE • La discriminazione fondata sull'orientamento sessuale • Esempi di discriminazione nell'impiego e nell'occupazione • DIMENSIONE DISABILITA' • Solo i belli, i forti e i sani vincono: il rischio di una cultura della normalità "ideologica" e da ripensare • Menomazione, disabilità, handicap secondo l'OMS • Tecnologie e disabilità 				
<p align="center">8. Tecniche audiovisive e multimediali (prova di ingresso su informatica di base)</p>	ore 62	ore 0	Prova finale pratica	62 (UFC)
<p>Nozioni fondamentali di comunicazione visiva Guida all'utilizzo degli strumenti audiovisivi Elementi di fotografia digitale Progettazione di materiale audiovisivo e multimediale in base allo studio di luogo, all'argomento, al target e ai contenuti Teoria dei colori Realizzazione di presentazioni in power point Montaggio, realizzazione ed esportazione di un filmato con i comuni programmi di Windows XP Integrazione di immagini, filmati e file audio nelle produzioni multimediali Creazione di pagine web informative Pubblicazione delle pagine web</p>				
PROVA FINALE			16	16
TOTALI	299	50		