

Agro Digital Marketing		
TITOLO Unità Formativa		ORE totali
1	AREA TRASVERSALE	
1.1	AMBITO LINGUISTICO, COMUNICATIVO E RELAZIONALE	
1.1.1	Lingua inglese	30
1.1.2	Lingua inglese tecnica	30
1.1.3	Programmazione strategica delle risorse umane, leadership, teamwork, orientamento e analisi delle competenze	30
1.2	AMBITO SCIENTIFICO E TECNOLOGICO	
1.2.1	Informatica e reti telematiche	40
1.2.2	Statistica	20
1.3	AMBITO GIURIDICO ED ECONOMICO	
1.3.1	Diritto	30
1.3.2	Storia e cultura del territorio	30
1.4	AMBITO ORGANIZZATIVO E GESTIONALE	
1.4.1	Sicurezza nei luoghi di lavoro	30
1.4.2	Organizzazione aziendale	20
1.4.3	Pari opportunità e anti-discriminazione	20
2	AREA SPECIALISTICA	
2.1	PROPORRE SOLUZIONI TECNOLOGICHE CHE INTRODUCONO ELEMENTI INNOVATIVI E COMPETITIVI DI PRODOTTO E DI PROCESSO	
2.1.1	Filiere agroalimentari e ricerche di mercato	60
2.1.2	Principi di marketing agroalimentare	60
2.1.3	La certificazione di qualità per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari	30
2.1.4	Geografia delle produzioni agroalimentari siciliane	60
2.2	GESTIRE I PROCESSI DI PRODUZIONE E TRASFORMAZIONE NELL'AMBITO DI SPECIALIZZAZIONI E PECULIARITÀ DEL MADE IN ITALY	
2.2.1	Concetti di prodotto branding e packaging	30
2.2.2	Digital marketing strategy	60
2.2.3	Creazione e pianificazione di una strategia di Digital Marketing	60
2.2.4	Content creation	60
2.2.5	SEO e SEM per il Settore Agroalimentare	30
2.3	GESTIRE I PROCESSI PRODUTTIVI SECONDO I PRINCIPI DI ECO-COMPATIBILITÀ E SOSTENIBILITÀ	
2.3.1	Sostenibilità ambientale e transizione ecologica	30
2.4	ESEGUIRE E/O INTERPRETARE ANALISI SULLE PRODUZIONI E SUI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI	
2.4.1	Analisi dei dati e approccio data driven	60
2.4.2	Web Design	60
2.5	APPLICARE LE NORMATIVE COMUNITARIE, NAZIONALI E REGIONALI IN MATERIA DI SALVAGUARDIA E TUTELA AMBIENTALE, QUALITÀ E SICUREZZA, IMPORT ED EXPORT	
2.5.1	Tecniche ecocompatibili nella gestione dell'azienda agroalimentare per il contenimento delle problematiche ambientali anche nel campo della "green economy" e blu economy"	30
2.6	APPLICARE LE INTEGRAZIONI POSSIBILI FRA PIATTAFORME LOGISTICHE E STRUMENTI DI MARKETING	
2.6.1	I canali e gli strumenti per il Digital Marketing	60
2.7	APPLICARE LE METODOLOGIE PER LE VALUTAZIONI DELL'IMPATTO AMBIENTALE E STRATEGICO (VIA E VAS)	
2.7.1	Metodologie per la valutazione dell'impatto ambientale e strategico	30
3	STAGE	
3.1	Stage nel settore	800

TOTALE 1800