**Sezione 1 - Esperto In Food Managment E In Green Marketing**

Durata: 200

Ore in aula

200

Ore in laboratorio

0

Settore

ambiente ecologia e sicurezza

Ambito

Nuovi settori hi-tech nella Regione Puglia

Descrizione Ambito

Il rapporto tra alimentazione, salute e ambiente ha assunto negli ultimi anni crescente rilevanza pubblica e occupazionale. La sensibilità oggi manifesta per i nuovi modelli e l'organizzazione delle filiere agro-alimentari, la centralità attribuita ai temi della nutrizione e della sostenibilità sollecitano la promozione di specifiche competenze professionali per governare il cambiamento e gestire i processi di innovazione, cooperazione e formazione su scala nazionale e internazionale. Produzione e consumo sono interdipendenti, richiedono conoscenze e implicano scelte sostenibili. Il mondo della grande distribuzione e la crescente attenzione all'efficacia gestionale non possono eludere la sfida della formazione umana integrale, che comprende il diritto e la nutrizione, la dignità del lavoro umano, la tutela dell'ambiente. Il cibo, divenuto simulacro, è oggi portare di valori non solo nutrizionali, ma anche simbolici. Sicché se favorisce l'integrazione e lo scambio di culture, diventa elemento topico del processo di recupero e salvaguardia dell'identità dei luoghi. Oggi più che mai, quindi, si avverte l'esigenza di esperti e di professionisti qualificati, impiegati in imprese, enti, associazioni e fondazioni impegnate nel green marketing e nel food management, in grado di sintetizzare con piani di sviluppo di competenza le necessità della sostenibilità, produttiva e d'impresa, i nuovi brand territoriali e i mercati di riferimento.

Figura di Riferimento

Figura non codificata

Descrizione Figura

L'esperto in food managment e in green marketing è una figura dotata di competenze manageriali, indispensabili per quanti sono interessati o già operano nel settore agroalimentare e del green marketing, nell'ambito dell'organizzazione produttiva, del controllo della qualità e della distribuzione. Fornisce strumenti di analisi e protocolli d'azione a un livello specialistico di approfondimento culturale. Analizza mercati di riferimento e lo sviluppo degli stessi adottando strategie in grado di coniugare esigenza produttive con quella della sostenibilità dell'ambiente e della tutela dei consumatori. Individua e sviluppa strategie di promozione e di marketing integrato, applicabili alla mission d'impresa, ma anche a settori collaterali o paralleli (quali quelli del turismo gastronomico). Avrà sviluppato eccellenti capacita progettuali e comunicative in grado di prevedere esigenza di mercati in sviluppo e l'adozione di nuovi linguaggi comunicativi, ma al contempo avrà acquisito sufficienti conoscenza e contenuti antropologici, sociologici e psicologici, alla base per l'atuazione di piani di sviluppo aziendale e Territoriale sostenibili.

Obiettivi di apprendimento (Competenze in uscita)

Lo scopo è di qualificare la professionalità di quanti operano o ambiscono a inserirsi in imprese ed enti, associazioni e fondazioni impegnate nel green marketing e nel food management. L'obiettivo è di fornisce una preparazione di elevato profilo multidisciplinare che interessa le scienze agro-alimentari e fisico-naturali, economico-politiche e giuridiche, pedagogico-educative e psico-sociali, nella prospettiva della sostenibilità.

Struttura del Percorso e Contenuti Formativi

' Ambiente naturale, attività umane,Energia (10 ore)

' Ecosistemi e salute umana (10 ore)

' Marketing delle imprese sociali (30 ore)

' Green marketing, responsabilità sociale e economia agro-alimentare (20 ore)

' Organizzazione dei mercati e delle filiere agroalimentari (20 ore)

' Management dei territori e gestione della sostenibilità (30 ore)

' Formazione e sviluppo delle risorse umane (20 ore)

' Progettazione educativa sostenibile e food management (30 ore)

' Projeckt work (30 ore)

Attestazione finale

Attestato di Frequenza con profitto

Modalità Valutazione Finale degli Apprendimenti

La valutazione dell'apprendimento coincide sostanzialmente con l'analisi dei cambiamenti indotti nei partecipanti dall'intervento formativo, in termini di implementazione di nuove competenze o di rafforzamento/riqualificazione di quelle già possedute.
Si tratta di una fase di riflessione sul cambiamento individuale.
La fase valutazione permetterà di misurare l'andamento, l'efficienza e l'efficacia del corso rispetto agli obiettivi prefissati. Per tale scopo si utilizzeranno indicatori specifici che permetteranno di valutare i risultati e l'impatto della formazione svolta.
Nello specifico, il corso prevede in fase finale lo svolgimento di una prova oggettiva di verifica finale che avrà lo scopo di appurare le conoscenze acquisite da ogni singolo corsista.

Le prove oggettive di profitto o prove strutturate che si utilizzeranno saranno caratterizzate dalla chiusura degli stimoli e delle risposte in modo tale da evitare la soggettività del partecipante nel momento in cui interpreta le domande e la soggettività del docente (coordinatore o tutor) nel momento in cui valuta le risposte.
Tali prove offrono infatti diversi vantaggi:
oggettività: nella correzione delle prove e nell'attribuzione dei punteggi
risparmio di tempo: i test a domande chiuse consentono una correzione molto veloce perché i punteggi
sono predefiniti
pari condizioni: le prove oggettive garantiscono che tutti i soggetti ai quali viene somministrato il test, si trovino nelle stesse condizioni di lavoro, poiché sono identiche le domande e i tempi di risposta.
Le domande a risposta chiusa che costituiranno i test di verifica finale potranno essere di diverso tipo:
domande del tipo vero/falso: che consentono una sola risposta
domande a scelta multipla: si sottopongono al destinatario una serie di risposte tutte verosimili tra le quali, tuttavia, una sola è la risposta esatta
inserimenti: si tratta di brevi testi di risposta in cui bisogna inserire parole o frasi mancanti, scegliendole da un elenco sottostante
corrispondenze: la domanda consta di due elenchi di parole chiave che devono essere associate tra loro
La valutazione degli apprendimenti attraverso prove strutturate avverrà assegnando punteggi ai singoli item del test.

Fabbisogno Occupazionale

I settore agricolo e quello connesso dell'agroalimentare, rappresentano dei giacimenti di riferimento per l'occupazionalità e per lo sviluppo del contesto lavorativo locale e nazionale. Se i conparti specifici legati alla produzione e alla trasformazione, e quindi alla distribuzione, dei prodotti della Terra, garantiscono la persistenza del brand MADE IN ITALY, nei confronti dei mercati esteri, è pur vero che le politiche di messa in produzione e dello 'sfruttamento' di giacimenti agroalimentari e gastronomici, richiede il rispetto di taluni principi non solo al fine di evitare inutili e dannosi depauperamenti dell'ambiente, ma anche a tutela dei consumatori. Ecco quindi che diventa necessario che necessità produttive si incontri con richieste e nuove forme del mercato in vista del conseguimento di una sostenibilità che metta l'uomo ' consumatore, al centro dei principali interessi. Una Regione prima e una nazione in toto che fondano l'economia su modelli di sviluppo agricolo e su settori ad esso collaterali, si pensi al turismo rurale o gastronomico, offre spazi di operosità a professionisti nel settore capace di realizzare la perfetta sintesi tra le istanze proveniente dagli attori principali: la Terra e a sua produttività, la natura e l'ambiente e l'istanza di tutela, i mercati, in forte e frequente cambiamento, la pianificazione strategia e l'organizzazione di processi in grado di adottare nuovi linguaggi espressivi e della comunicazione. Gli sbocchi professionali previsti vanno individuati negli ambiti della produzione e del controllo di qualità, della distribuzione e della gestione, delle filiere agroalimentari, del project management e dello sviluppo del capitale umano, dell'educazione al consumo e del green marketing, del coordinamento di progetti formativi di sviluppo per l'innovazione e la ricerca di nuovi standard di sostenibilità, dell'attività di ricerca scientifica, di base e applicata in ambito pubblico e privato, della corporate governance con riferimento all'individuazione di strategie di responsabilità sociale su scala locale e globale, della certificazione e della comunicazione della sostenibilità. I diplomati del Master potranno operare in aziende di produzione e distribuzione degli alimenti, in enti e società di servizi, centri di formazione professionale e scuole, organizzazioni internazionali, organizzazioni non governative, nei diversi campi del green marketing e della gestione della sostenibilità agroalimentare.