



Assegnazione docenze corso: Tecnico superiore per il controllo, la valorizzazione e il marketing delle produzioni agrarie, agro-alimentari e agro-industriali - Gestione commerciale delle produzioni vitivinicole - Biennio 2020-2022			
UF	ARGOMENTI	ORE ARGOMENTO	ORE TOTALI UF
TECNICHE DI BASE DEL SETTORE VITIVINICOLO	Caratteristiche e tecniche produttive della vite	25	90
	La produzione del vino: aspetti tecnico-pratici, sociali e culturali	25	
	Enzimi, tecniche di fermentazione e utilizzo dei sottoprodotti	15	
	Produzione del vino e sviluppo sostenibile	25	
TECNOLOGIE ALIMENTARI	La trasformazione vitivinicola	42	146
	La conservazione ed il confezionamento vitivinicolo	42	
	I vinaccioli e gli altri prodotti derivati	32	
	Tecniche per lo sviluppo sostenibile	30	
ANALISI SENSORIALE	Introduzione teorica all'educazione ed all'analisi sensoriale	19	89
	La pratica dell'analisi sensoriale	70	
MARKETING E COMUNICAZIONE	Introduzione al marketing ed ai suoi strumenti	19	149
	Il mercato del vino: mercati saturi ed emergenti, nuovi competitor, tipologie di clientela	30	
	Comunicare il vino	40	
	Il web marketing	25	
	Gli eventi e le fiere del vino	15	
	L'enoturismo	20	
LEGISLAZIONE E NORMATIVA DEL SETTORE VITIVINICOLO	Normativa sul vino e salubrità del prodotto	8	70
	L'HACCP	10	
	La normativa a tutela del prodotto vitivinicolo, con particolare riferimento all'etichettatura	20	
	I marchi di qualità e di provenienza geografica	12	
	Aspetti fiscali	12	
	Profili normativi delle valutazioni d'impatto ambientale e strategico	8	

STORIA LOCALE DEL VINO	Vino e cultura	4	20
	Il vino nella storia delle aree di maggior prestigio enologico del Piemonte. La storia dei produttori	16	
ENOGRAFIA	Vino e geografia	8	30
	La geografia enologica piemontese	18	
	New Geography ed enologia	4	
LA PRODUZIONE DEI DISTILLATI E DERIVATI DELLA PRODUZIONE	I modelli produttivi della distillazione ed i produttivi alcolici derivati dal vino	34	40
	Analisi sensoriale ed utilizzo delle erbe e delle spezie	6	
COMMERCIALIZZAZIONE E DISTRIBUZIONE	Le tecniche economico-aziendali legate alla commercializzazione: business plan, budget, controllo di gestione, analisi di costi e ricavi	25	100
	Contrattualistica commerciale	15	
	Tecniche commerciali e canali di acquisto e vendita	60	
CERTIFICAZIONI PRODUZIONI VITIVINICOLE	L'importanza della certificazione nelle strategie commerciali dell'azienda vitivinicola	20	75
	La normativa della certificazione	40	
	Certificazione e organizzazione aziendale	15	
INFORMATICA	Introduzione alle principali funzionalità informatiche d'interesse dell'impresa	23	63
	L'utilizzo a scopo commerciale dei social network e l'e-commerce	40	
AGRIFOOD 4.0	Industria 4.0	4	8
	Agroalimentare e innovazione 4.0	4	
LINGUA TEDESCA	Nozioni basilari di lingua tedesca	20	30
	Terminologia e linguaggio tecnico	10	
LINGUA INGLESE	Lingua inglese specifica del settore agroalimentare	80	80
SICUREZZA SUL LAVORO	Sicurezza rischio base e rischio alto settore agroalimentare	16	16
Testimonianze	Non oggetto del Bando	16	16
Sviluppo sostenibile	Non oggetto del Bando	20	20
Orientamento	Non oggetto del Bando	28	28
Pari opportunità	Non oggetto del Bando	12	12
Project work	Non oggetto del Bando	24	24
Esame	Non oggetto del Bando	14	14
Stage	Non oggetto del Bando	680	680