



Tecnico superiore per il controllo, la valorizzazione e il marketing delle produzioni agrarie, agro-alimentari e agro-industriali

**Wine Marketing Manager- Biennio 2022-2024**

Il **WINE MARKETING MANAGER** è un tecnico che possiede conoscenze e competenze per la gestione dell'azienda vitivinicola.

In particolare è capace di valorizzare e promuovere i prodotti enologici, sia nel mercato interno, che in quelli internazionali.

Conosce l'intero percorso e le tecniche produttive, ha conoscenze sia umanistiche che tecniche ed è quindi in grado di costruire un potente storytelling, capace di esaltare le caratteristiche storiche, geografiche e culturali della bevanda, le sue caratteristiche organolettiche e la personalità che rendono ogni vino un percorso degustativo unico.

Il **WINE MARKETING MANAGER** conosce le lingue e ha spiccate competenze relazionali, sapendo instaurare relazioni forti e durature con gli importatori, con il mondo della distribuzione, con gli opinion leader del mercato.

UF	ARGOMENTI	ORE ARGOMENTO	ORE TOTALI UF
SICUREZZA	Fattori di rischio generali e specifici	8	16
	Misure e procedure di prevenzione e protezione	8	
LINGUA INGLESE	Elementi di sintassi	62	126
	Utilizzo del dizionario		
	Elementi di grammatica		
	Elementi di fonetica		
	Lessico		
	Tecniche di conversazione		
	Elementi di microlingua		
	Lingua inglese specifica del settore agroalimentare		
	Gestione di una degustazione differenziata per tipologia di operatore		
	Lingua inglese specifica del settore agroalimentare	46	
ENOLOGIA	La vite. I terreni. La coltivazione della vite	16	80
	La produzione del vino	26	
	Chimica del vino e aspetti nutrizionali	12	
	Aspetti generali di sostenibilità	6	
	Profili produttivi d'interesse dell'HACCP	20	
ANALISI SENSORIALE	Profili teorici dell'analisi sensoriale	10	40
	Esercitazioni pratiche e degustazione di prodotti per l'analisi sensoriale	30	
MARKETING E	Introduzione al marketing ed ai suoi strumenti	8	42
	Dall'etichetta al branding	30	
	Consumatori e consumi nei diversi Paesi (Europa, Asia, America)	34	

<b>COMUNICAZIONE</b>	Marketing esperienziale: storytelling del vino	20	130	
	ComunicAgro 2.0	8		
	La comunicazione efficace	20		
	Eventi, Fiere e BtoB: metodologia di lavoro per essere efficaci ed efficienti	10		
<b>LEGISLAZIONE E NORMATIVA DEL SETTORE VITIVINICOLO</b>	Cenni alla normativa comunitaria e nazionale in materia	4	30	
	HACCP	18		
	La tutela del consumatore e l'etichettatura	8		
<b>STORIA LOCALE E CULTURA DEL VINO</b>	Storia del vino	4	50	
	Vino e cultura (letteratura, arte, cinema)	6		
	Tradizioni popolari e cultura locale del vino	6		
	La storia del vino in Piemonte	34		
<b>ENOGRAFIA</b>	Cenni alla geografia del vino	4	40	
	La geografia nazionale del vino	20		
	La geografia internazionale del vino	16		
<b>WEB MARKETING</b>	Tecniche di ricerca delle informazioni negli ambienti digitali	34	104	
	Concetto di dato in un ambiente digitale			
	Tecniche di acquisizione e archiviazione di dati, informazioni e contenuti negli ambienti digitali			
	Tecniche di cloud computing			
	Elementi di netiquette			
	Le principali tecniche per lo sviluppo dei contenuti digitali			
	Il copyright			
	Aspetti teorici del web marketing			10
	Le principali strategie di web marketing			40
Esame di casi pratici	20			
<b>IL SISTEMA PRODUTTIVO VITIVINICOLO</b>	Esame generale del sistema vitivinicolo italiano	4	20	
	Le tipologie di imprese vitivinicole	8		
	Forme di cooperazione e di rete di imprese	8		
<b>SVILUPPO SOSTENIBILE IN VITICOLURA</b>	La sostenibilità e le sue dimensioni	10	100	
	La sostenibilità ambientale: vino naturale, agricoltura biologica, agricoltura biodinamica	35		
	La sostenibilità sociale: regole etiche, sviluppo dei territori ed economia civile	15		
	La sostenibilità economica: essere green, equi e competitivi	15		
	La sostenibilità come fattore di marketing: raccontare la sostenibilità	25		
<b>MENAGEMENT DELLE DEGUSTAZIONI</b>	Metodologia e gestione del "mercato cantina"	26	115	
	Servizio del vino e conduzione delle degustazioni	21		
	Metodologia dell'abbinamento cibo-vino	28		
	L'organizzazione di eventi enogastronomici	40		
<b>COMMERCIALIZZAZIONE E DISTRIBUZIONE</b>	Il mercato nazionale del vino	21	135	
	Tipologie di vendita; diretta in cantina, Horeca e GDO, e-commerce	8		
	Autoimprenditorialità nel settore della distribuzione	56		
	Analisi dei mercati esteri: analisi, valutazioni, strategie	50		

<b>LA PRODUZIONE DEI VINI SPECIALI E DELLA BIRRA</b>	I modelli produttivi della distillazione ed i prodotti alcolici derivati dal vino	22	40
	Esame dei principali distillati italiani ed esteri	12	
	La produzione della birra	6	
<b>Testimonianze</b>	NON A BANDO		16
<b>Orientamento</b>	NON A BANDO		28
<b>Pari opportunità</b>	NON A BANDO		12
<b>Project work</b>	NON A BANDO		24
<b>Esame</b>	NON A BANDO		14
<b>Stage</b>	NON A BANDO		680