

Stato corso: **Publicato**
**CORSO A CATALOGO - 2013 - Corso ID: 11526 - ESPERTO IN VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI NELL'OTTICA DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE**
**Dati principali**

<b>ID Odf:</b>	8886
<b>Nome organismo:</b>	IAL INNOVAZIONE APPRENDIMENTO LAVORO MOLISE SRL IMPRESA SOCIALE
<b>Tipo organismo:</b>	Odf accreditato o Agenzie abilitate
<b>ID Corso:</b>	11526
<b>Titolo corso:</b>	ESPERTO IN VALORIZZAZIONE DEI PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI NELL'OTTICA DELL'INTERNAZIONALIZZAZIONE DELLE IMPRESE
<b>Tipologia corso:</b>	Corsi di specializzazione
<b>Link web dettaglio Master:</b>	(Non compilato)
<b>Master di 1° livello o 2° livello:</b>	(Non compilato)
<b>Indirizzo del Master:</b>	(Non compilato)
<b>Area settoriale</b>	AGRO-ALIMENTARE
<b>Area Tematica:</b>	Marketing e commerciale
<b>Obiettivi formativi:</b>	<p>Il corso è finalizzato al soddisfacimento delle richieste del tessuto imprenditoriale agroalimentare del territorio molisano che, in un quadro di congiuntura economica negativa, necessita di personale qualificato per raggiungere le nuove frontiere dello sviluppo (anche oltre il confine nazionale). Il mercato agroalimentare sta attraversando un periodo di profonda trasformazione sia per quanto riguarda la regolamentazione, sia in riferimento alle nuove tecnologie. Le barriere alla crescita del settore presenti nel Molise, come l'assenza di filiere produttive strutturate o di infrastrutture adeguate, non devono rappresentare vincoli insormontabili che limitino l'espansione di produzioni di eccellenza. Proprio per questo, lo IAL Molise intende formare giovani esperti nelle tecniche di valorizzazione dei prodotti tipici, in grado di progettare e valutare oculatamente percorsi espansionistici delle realtà imprenditoriali locali. L'obiettivo prioritario è quello di evitare che l'inconsapevolezza delle opportunità esistenti e l'insufficiente aggiornamento sulle strategie di marketing e di sviluppo internazionale, precludano alle imprese soluzioni di crescita innovative, capaci di creare reddito e occupazione.</p>
<b>Risultati attesi:</b>	<p>Il corso è stato progettato per creare nuove competenze in giovani in grado di guidare le imprese verso sfide innovative per la crescita economica. I discenti avranno la capacità di valutare le tipologie di mercato nazionale o estero da aggredire, progettare un piano di marketing sostenibile per l'azienda e monitorare l'attuazione dello stesso, pianificare e valutare le soluzioni logistiche appropriate, garantire il rispetto delle disposizioni legislative e contrattuali, nonché quelle finanziarie.</p>
<b>Fabbisogni formativi:</b>	<p>Il tessuto imprenditoriale della Regione Molise è basato prevalentemente sulla produzione di beni agro alimentari in virtù di un territorio con un ricco patrimonio di tradizioni produttive. Come evidenziato nel "Rapporto sulle risorse del Molise (2011)" elaborato da Unioncamere Molise, sebbene ci siano notevoli problemi legati sia alla natura dei terreni sia alla carenza tecnologica, il sistema della trasformazione agro-alimentare mostra una forte espansione confermata dai valori delle esportazioni regionali. Gli attori principali di questo risultato sono storiche aziende locali ormai saldamente radicate nel tessuto imprenditoriale. Restano esclusi, invece, i piccoli imprenditori i cui prodotti tradizionali, nonostante il loro livello di eccellenza qualitativa, rimangono confinati a un bacino di consumo poco più che locale, per le ridotte dimensioni della filiera produttiva. Come confermato da Coldiretti, "esiste una via allo sviluppo del settore che contempla, tra le priorità di intervento, l'attuazione di azioni di marketing dirette alla promozione ed alla valorizzazione delle produzioni molisane tipiche di qualità e degli itinerari turistico-eno-gastronomici". Oltre al ruolo della politica economica locale, è essenziale la preparazione delle imprese e, quindi, di nuovi professionisti sulle strategie per la valorizzazione dei prodotti, verso il mercato estero.</p>
<b>Spendibilità in termini di occupabilità:</b>	<p>Le competenze acquisite attraverso il corso rientrano nella sfera delle high skills, ovvero l'acquisizione di abilità specialistiche e settoriali che rappresentano un ottimo biglietto da visita per</p>

la ricerca di un'occupazione. Lo studente, conclusa la formazione, potrà collocarsi sul mercato del lavoro sia come professionista esterno delle aziende, delle associazioni di settore o di enti pubblici, sia come lavoratore dipendente. Inoltre, il taglio progettuale delle tematiche approfondite durante il corso, fa sì che le competenze di marketing e di sviluppo internazionale d'impresa possano essere spendibili in tutti i settori economici e quindi non solo nell'agroalimentare.

In linea con le finalità del Catalogo Interregionale di Alta Formazione, si propone un corso di specializzazione interessato prioritariamente a favorire l'occupazione e quindi, l'inserimento e il reinserimento lavorativo, andando incontro al fabbisogno formativo espresso dalle aziende e come precedentemente dettagliato, valorizzando le potenzialità di ciascun alunno.

**Innovatività:**

Sono molteplici gli aspetti che caratterizzano l'innovatività e il valore aggiunto del corso formativo proposto:

- è frutto di una progettazione condivisa con le aziende partner di progetto, le quali hanno indicato gli elementi indispensabili su cui basare il programma didattico;
- lo IAL Molise srl è l'ente della USR CISL Molise incaricato dello sviluppo delle risorse umane e monitora, pertanto, attraverso azioni di orientamento e di indagine, il fabbisogno formativo lato domanda e offerta di lavoro (lavoratori e imprese). Proprio per questo, l'operazione di "matching" ha permesso di individuare una delle professioni su cui si baserà il futuro economico ed occupazionale del territorio molisano, dove il settore agro-alimentare rappresenta uno dei pilastri imprenditoriali irrimovibili e ad alto potenziale di crescita;
- l'approccio didattico del corso è basato, in via prioritaria, sulla "pratica" della professione. Infatti, contestualmente a sessioni teoriche per l'apprendimento nozionistico, sono molteplici i momenti di esercitazione pratica, interazione con gli esperti, team building e job meeting.

**Follow up:**

I responsabili del monitoraggio dello IAL Molise srl, attraverso contatti telefonici trimestrali e fino ad un anno dalla conclusione del corso, intervisteranno gli ex alunni per verificare e controllare i seguenti risultati:

- per gli occupati, si rileverà l'utilità effettiva dei contenuti appresi durante il corso in riferimento al proprio contesto lavorativo;
- per i disoccupati, si monitorerà la percentuale di occupazione raggiunta grazie alla frequenza del corso in particolare, al livello contenutistico della formazione erogata e al canale di networking imprenditoriale messo a disposizione degli alunni.

I risultati raggiunti saranno riepilogati in un report di follow up (finale) pubblicato sul sito internet dell'ente, nella sezione dedicata al corso di alta formazione.

**Innovatività metodologie formative:**

Gli obiettivi formativi del corso si realizzano attraverso la frequenza di moduli didattici strutturati ed erogati secondo metodologie formative di tipo "Integrato", che prevedono l'alternarsi di strumenti didattici con carattere cognitivo e quelli con carattere attivo-emotivo. Si tratta, quindi, dell'integrazione tra teoria (concetti e metodi) e l'utilizzo di strumenti didattici finalizzati a facilitare l'apprendimento attraverso la sperimentazione attiva quali lo studio di Casi Aziendali reali, Casi simulati, Role Playing, Esercitazioni individuali e di gruppo, Project Work e Laboratori Concettuali. Vengono quindi simulati problemi e situazioni comuni che i partecipanti al corso sono chiamati a risolvere ogni giorno in azienda o nella vita professionale (Experience-based Learning). Un ulteriore elemento di innovatività dell'approccio didattico adottato, è l'importanza del cosiddetto "percorso esperienziale" poiché parallelamente a docenti qualificati ed esperti della materia trattata, sono previsti incontri, visite e dibattiti con imprenditori del settore operanti a livello locale e nazionale. L'ampio coinvolgimento dell'aula e il riscontro pratico dei contenuti sono i principi metodologici fondamentali sui quali è progettato l'intervento formativo.

**Modalità di valutazione competenze in uscita:**

L'azione di monitoraggio e di valutazione del corso si concretizza attraverso: la "verifica iniziale", con funzione diagnostica, che ha lo scopo di acquisire informazioni sulle conoscenze e sulle competenze possedute da ciascun partecipante sugli argomenti del corso ai fini della programmazione didattica (attraverso la somministrazione ai discenti di un test a risposta multipla e di un colloquio individuale); la "valutazione in itinere", con funzione formativa, che interviene durante i processi di studio ed ha lo scopo di acquisire informazioni tempestive sulle modalità e sui livelli di apprendimento di ciascun corsista e sulle difficoltà eventualmente incontrate (strumenti privilegiati di tale fase sono brain storming, esercitazioni, team work, business game); la "valutazione finale" che si concretizza in un esame volto a verificare l'acquisizione delle competenze professionali previste come obiettivo del percorso formativo attuato.

**Settori:**

- Agricoltura, silvicoltura e pesca
- Attività manifatturiere > Industrie alimentari
- Attività manifatturiere > Industria delle bevande
- Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli > Commercio all'ingrosso (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)

- Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli e motocicli > Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli)

**Coordinamento interno progetto:**

Nome	Cognome	Ruolo	Dettaglio attività	Telefono	Email
Maria	Di Bona	Altro (escluso docenti/testimoni)	E' responsabile della gestione amministrativa del corso di formazione (gestione degli incassi, gestione della contabilità del corso, gestione dei pagamenti a fornitori e docenti, gestione della fatturazione).	087498869	info@ialmolise.it
Angelina	Di Iorio	Tutor	Attività di tutoraggio che garantisce una presenza stabile, un punto di riferimento costante per i partecipanti al percorso di formazione (allievi, docenti e altri componenti dello staff formativo). Si occupa dell'accoglienza di docenti e studenti; la rilevazione delle esigenze espresse dai corsisti di cui può farsi portavoce presso la docenza o l'intero staff formativo; il monitoraggio delle attività, dell'apprendimento, del gradimento e dell'interesse; l'organizzazione dello spazio fisico dell'aula al fine di favorire un'interazione efficace ed efficiente tra i partecipanti al corso e i relatori; la gestione dei gruppi di lavoro; l'analisi e l'intervento sul "clima" d'aula.	087498869	a.diiorio@ialmolise.it
Enrico	Passerini	Coordinatore	Coordinamento delle attività formative previste nel corso (lezioni in aula, visite guidate, job meeting, laboratorio tecnico) sotto il profilo scientifico, didattico e metodologico.	087498869	e.passerini@ialmolise.it
Serena	Ruscitto	Segreteria organizzativa	Gestione organizzativa del corso: raccolta candidature, pianificazione e coordinamento del processo di selezione, calendarizzazione dei corsi, organizzazione visite guidate e job meeting, coordinamento delle attività del tutor e delle azioni di monitoraggio/valutazione, supporto al coordinatore.	087498869	info@ialmolise.it

**Informazioni titolo di studio**

**Titolo di studio minimo in ingresso:** Laurea triennale (nuovo ordinamento)

**Gruppo corsi laurea:** Gruppo architettura; Gruppo chimico-farmaceutico; Gruppo educazione fisica; Gruppo geo-biologico; Gruppo giuridico; Gruppo ingegneria; Gruppo insegnamento; Gruppo letterario; Gruppo linguistico; Gruppo medico; Gruppo politico-sociale; Gruppo psicologico; Gruppo scientifico

**Altri requisiti di accesso:** Conoscenze di base dell'informatica e della lingua inglese da verificare mediante un test di selezione a risposta multipla.

**Tipologia destinatari:**

- Disoccupati laureati
- Soggetti in CIG laureati
- Soggetti in mobilità laureati

### Altre informazioni

<b>Costo di iscrizione per partecipante (euro):</b>	3.600,00
<b>Durata in:</b>	Ore
<b>Durata totale corso (in ore):</b>	260
<b>Ore attività formazione in aula:</b>	165
<b>Ore attività FAD:</b>	(Non compilato)
<b>Ore attività Outdoor:</b>	(Non compilato)
<b>Ore attività stage/project work:</b>	80
<b>Ore attività visite guidate:</b>	15
<b>Ore attività studio individuale:</b>	(Non compilato)
<b>Contenuti FAD:</b>	(Non compilato)
<b>Specifiche tecniche attività FAD:</b>	(Non compilato)
<b>Presenza Tutor per l'attività di FAD:</b>	(Non compilato)
<b>Note sulle attività previste:</b>	Il programma didattico prevede due importanti momenti che consolidano il così detto "approccio esperienziale": visite guidate agli stabilimenti operativi di grandi imprese agroalimentari presenti nel territorio nazionale e un periodo di stage, presso le aziende partner, per verificare concretamente il livello di apprendimento acquisito durante il corso.
<b>Ore totali docenze fascia A:</b>	72
<b>Attestazione al termine del corso:</b>	Attestato di frequenza
<b>Note attestazione:</b>	L'attestato di frequenza sarà rilasciato a coloro che hanno frequentato con profitto almeno il 80% delle ore del corso (formazione in aula). La verifica degli apprendimenti sarà effettuata al termine del corso con un esame finale.
<b>Verifica delle competenze in ingresso:</b>	Si
<b>Prove selettive ulteriori:</b>	No
<b>Parte dell'attività svolta all'estero o altra regione:</b>	No
<b>Tipologia attività svolta all'estero o altra regione:</b>	(Non compilato)
<b>Durata dell'attività svolta all'estero o altra regione (in ore):</b>	(Non compilato)
<b>Di cui ore di formazione in aula:</b>	(Non compilato)

**Motivazione dell'attività svolta all'estero o altra regione:** (Non compilato)

**Sede/i dell'attività svolta all'estero o altra regione:** (Non compilato)

### Moduli didattici - Num. moduli: 8

<b>Titolo modulo:</b>	La tipicità e la valorizzazione del settore agro-alimentare
<b>Contenuto:</b>	<p>Introduzione dei concetti basilari e propedeutici alla frequenza del corso. Si tratta, infatti, della definizione del "prodotto tipico" agroalimentare e della sua "valorizzazione" in ambito locale/nazionale ed internazionale.</p> <p>Programma:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il concetto di tipicità nel campo agroalimentare</li> <li>- I principi, gli obiettivi e le problematiche della valorizzazione dei prodotti tipici</li> <li>- I nuovi strumenti e strategie per la valorizzazione dei prodotti tipici (politiche regionali/nazionali/europee; fundraising)</li> <li>- Il settore agroalimentare in Italia (best practices)</li> <li>- Il settore agroalimentare in Molise (best practices)</li> </ul>
<b>Durata:</b>	Ore 30
<b>Modalità formativa:</b>	FORMAZIONE IN AULA
<b>Metodologie formative proposte:</b>	La struttura didattica e progettuale del modulo formativo richiede l'utilizzo di una metodologia didattica di carattere cognitivo ovvero di lezioni frontali finalizzate al trasferimento di contenuti con l'obiettivo dell'assimilazione e della comprensione di conoscenze teoriche. Si specifica che le lezioni frontali sono intervallate da sessioni di brain storming, ovvero di scambio di idee finalizzate alla verifica in itinere degli apprendimenti e all'interazione fra i partecipanti.
<b>Docenti :</b>	- Carlo Ricci <span style="float: right;">Fascia: A</span>
<hr/>	
<b>Titolo modulo:</b>	Marketing applicato al settore agroalimentare
<b>Contenuto:</b>	<p>Il modulo approfondisce le tecniche innovative del marketing, applicate alla valorizzazione dei prodotti tipici locali. Dopo aver introdotto a livello teorico le nozioni basilari del marketing e della comunicazione aziendale, si esaminano le strategie innovative per la commercializzazione di specialità e di prodotti tipici locali, in riferimento a nuove esigenze e modelli di comportamento per il consumo alimentare.</p> <p>Programma:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementi di marketing aziendale (Gli elementi chiave del marketing management, Analisi di mercato e posizionamento)</li> <li>- La comunicazione efficace in ambito aziendale (Le skills della comunicazione, La business "etiquette", La negoziazione)</li> <li>- Marketing dei prodotti agroalimentari (La progettazione di un piano di marketing di un'azienda agroalimentare /fase 1, L'importanza del confezionamento e packaging dei prodotti, Case studies)</li> <li>- Marketing internazionale e dei servizi fieristici (Analisi della attrattività dei mercati internazionali: barriere all'ingresso e all'uscita, macro-ambiente, etica del business, struttura dei mercati, consumatori e consumi, La progettazione di un piano di marketing internazionale di un'azienda agroalimentare/fase 2, La cura della presenza aziendale in ambito fieristico, Case studies)</li> <li>- Gli strumenti e le opportunità offerte da internet (Saper impostare un piano di web marketing, E-commerce).</li> </ul>
<b>Durata:</b>	Ore 50
<b>Modalità formativa:</b>	FORMAZIONE IN AULA
<b>Metodologie formative proposte:</b>	La struttura didattica e progettuale del modulo formativo, necessita l'utilizzo di due metodologie didattiche: il Content Learning, ovvero lezioni frontali "docente/allievo" per il trasferimento delle nozioni teoriche e l'Action Learning, vale a dire, l'apprendimento attivo mediante discussioni, esercitazioni pratiche, analisi dei casi e delle best practices adottate da aziende leader del settore agroalimentare in ambito nazionale ed internazionale.
<b>Docenti :</b>	

<b>Testimoni aziendali :</b>	- Carlo Ricci	Fascia: A
	- Domenica Berardi	Fascia: B
<b>Titolo modulo:</b>	Aspetti giuridici ed operativi dell'internazionalizzazione delle imprese agroalimentari	
<b>Contenuto:</b>	<p>La scelta dell'internazionalizzazione delle imprese comporta lo studio e l'analisi approfondita di diversi aspetti impattanti sulle decisioni di investimento e di penetrazione di nuovi mercati. Sebbene per gestire i processi di internazionalizzazione non esistono ricette generalizzabili, è possibile delineare un percorso metodologico, descritto dal presente modulo, che aiuta le imprese al processo di decision making.</p> <p>Programma:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analisi e valutazione degli obiettivi aziendali (crescere mediante l'internazionalizzazione)</li> <li>- Le risorse economiche e tecniche necessarie</li> <li>- Le fasi del processo di internazionalizzazione (Aspetti giuridici e fiscali, Il contratto, Gli incoterms, Il foro competente, Le condizioni generali di vendita, Le modalità di pagamento, Le agevolazioni, Il ruolo degli operatori finanziari).</li> <li>- Case studies nazionali ed internazionali</li> </ul>	
<b>Durata:</b>	Ore 50	
<b>Modalità formativa:</b>	FORMAZIONE IN AULA	
<b>Metodologie formative proposte:</b>	<p>La struttura didattica e progettuale del modulo formativo, necessita l'utilizzo di due metodologie didattiche: il Content Learning, ovvero lezioni frontali "docente/allievo" per il trasferimento delle nozioni teoriche e l'Action Learning, vale a dire, l'apprendimento attivo mediante discussioni, esercitazioni pratiche, analisi dei casi e delle best practices adottate da aziende leader del settore agroalimentare in ambito nazionale ed internazionale.</p>	
<b>Docenti :</b>	- Carlo Ricci	Fascia: A
<b>Titolo modulo:</b>	La logistica del settore agroalimentare	
<b>Contenuto:</b>	<p>La valorizzazione di un prodotto tipico locale non può prescindere dall'approfondimento del sistema distributivo esistente e dei canali di scambio eventualmente da adottare in caso di creazione di reti di commercializzazione. Questo presuppone la capacità dell'impresa di identificare i percorsi distributivi più convenienti, rispettando gli adempimenti di legge sul commercio agroalimentare nazionale ed internazionale.</p> <p>Programma:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduzione del sistema distributivo nazionale</li> <li>- Le opportunità e i limiti del sistema distributivo europeo</li> <li>- La normativa che regola i processi di commercializzazione dei prodotti agroalimentari</li> <li>- Le principali disposizioni legislative relative a: sicurezza alimentare, rintracciabilità e packaging</li> </ul>	
<b>Durata:</b>	Ore 20	
<b>Modalità formativa:</b>	FORMAZIONE IN AULA	
<b>Metodologie formative proposte:</b>	<p>La struttura didattica e progettuale del modulo formativo richiede l'utilizzo di una metodologia didattica di carattere cognitivo ovvero di lezioni frontali finalizzate al trasferimento di contenuti con l'obiettivo dell'assimilazione e della comprensione di conoscenze teoriche. Si specifica che le lezioni frontali sono intervallate da sessioni di brain storming, ovvero di scambio di idee finalizzate alla verifica in itinere degli apprendimenti e all'interazione fra i partecipanti.</p>	
<b>Docenti :</b>	- Marinella Di Ciero	Fascia: B
<b>Titolo modulo:</b>	Laboratorio di marketing internazionale	
<b>Contenuto:</b>	<p>Dopo aver acquisito le informazioni teoriche e pratiche basilari per la valorizzazione dei prodotti agroalimentari, il programma del corso propone un laboratorio applicato di marketing internazionale. Gli alunni, divisi in gruppi, risolveranno un business game relativo settore agroalimentare che richiede la progettazione di un piano di marketing. Lo svolgimento delle esercitazioni sarà guidato da docenti esperti che verificheranno e commenteranno, con sessioni di brain storming, i risultati finali prodotti.</p>	
<b>Durata:</b>	Ore 10	
<b>Modalità formativa:</b>	FORMAZIONE IN AULA	

**Metodologie formative proposte:**

Per l'erogazione del modulo si utilizza la metodologia formativa dell'Action Learning ovvero del percorso formativo esperienziale che permette ai discenti di velocizzare l'apprendimento attraverso l'attuazione del principio del learning by doing. L'attenzione del docente è rivolta soprattutto al metodo per arrivare ad una decisione che non alla decisione stessa, portando il soggetto in formazione all'acquisizione di maggiore consapevolezza e ad essere il reale protagonista del processo formativo.

**Titolo modulo:** Job meeting

**Contenuto:** Giornata dedicata all'incontro e al confronto con i principali operatori (pubblici e privati) del settore agroalimentare locale e non. Si tratta di un importante momento per un duplice motivo: l'interazione diretta con gli attori del settore agroalimentare permette la realizzazione di un efficace follow-up degli apprendimenti acquisiti durante il corso; l'incontro favorisce l'approfondimento della realtà imprenditoriale, nell'ottica del placement futuro dei discenti.

**Durata:** Ore 5

**Modalità formativa:** FORMAZIONE IN AULA

**Metodologie formative proposte:**

La metodologia didattica adottata è quella dell'Action Learning che prevede la velocizzazione degli apprendimenti mediante l'attuazione di tecniche didattiche interattive che in questo caso si concretizzano nel dibattito e nel confronto in plenaria con gli esperti del settore.

**Titolo modulo:** Eccellenze italiane: visite guidate

**Contenuto:** Gli alunni hanno l'opportunità di visitare la sede operativa di importanti realtà imprenditoriali che si occupano della produzione e della commercializzazione internazionale di prodotti tipici locali. Si tratta di attività imprenditoriali di spicco presenti nel territorio nazionale da cui sarà possibile apprendere le bests practices aziendali per la valorizzazione dei prodotti.

**Durata:** Ore 15

**Modalità formativa:** VISITE GUIDATE

**Metodologie formative proposte:**

La metodologia didattica adottata è quella dell'Action Learning che prevede la velocizzazione degli apprendimenti mediante l'attuazione di tecniche didattiche interattive che in questo caso si concretizzano nella visita guidata e nell'interazione attiva con gli operatori di grandi imprese nazionali.

**Titolo modulo:** Stage/Project Work

**Contenuto:** Al termine del corso, gli alunni sono accolti dalle aziende partner per lo svolgimento di un periodo di stage per permettere ai discenti di "toccare con mano" la realtà imprenditoriale del settore agroalimentare che quotidianamente è impegnata nella produzione e nella distribuzione di prodotti tipici.

Su richiesta esplicita dell'alunno è possibile sostituire lo stage con la realizzazione di un project work individuale. Si tratta della progettazione di un Piano di Marketing internazionale per un'azienda partner predefinita che sarà a disposizione del discente per fornire le informazioni tecniche e organizzative per la realizzazione del lavoro.

**Durata:** Ore 80

**Modalità formativa:** STAGE/PROJECT WORK

**Metodologie formative proposte:**

L'attuazione dello stage permettere l'attuazione di una modalità formativa appartenente alla categoria dell'Action Learning, ovvero il Training On The Job, tecnica che favorisce l'acquisizione di competenze operative direttamente sul luogo di lavoro affiancati da operatori esperti del settore.

**Aree di lavoro, gruppi di competenze e competenze**

Area tematica	Area di lavoro	Gruppo di competenze
Marketing e commerciale	Gestione dei processi di	Internazionalizzazione competitiva

<b>internazionalizzazione</b>					
<b>Competenza</b>	<b>Liv. comp. ingr.</b>	<b>Modalità verifica</b>	<b>Tipo</b>	<b>Classificazione</b>	<b>Val. somm.</b>
Saper valutare la capacità e la potenzialità di internazionalizzazione dell'azienda considerando le sue caratteristiche strategiche, organizzative ed economiche	3	Le competenze saranno valutate attraverso la verifica documentale del background formativo del candidato.	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6
Saper sviluppare l'analisi di fattibilità di un progetto di internazionalizzazione completo di tempistiche, modalità di realizzazione, risorse (umane, organizzative, tecnologiche e finanziarie) e benefici attesi	3	Le competenze saranno valutate attraverso la verifica documentale del background formativo del candidato..	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6
<b>Marketing e commerciale</b>	<b>Comunicazione aziendale</b>		<b>Comunicazione integrata</b>		
<b>Competenza</b>	<b>Liv. comp. ingr.</b>	<b>Modalità verifica</b>	<b>Tipo</b>	<b>Classificazione</b>	<b>Val. somm.</b>
Saper sviluppare e implementare una strategia di comunicazione aziendale valutando l'integrabilità e la sinergia dei vari supporti comunicazionali e dei messaggi aziendali interni ed esterni	3	Le competenze saranno valutate attraverso la verifica documentale del background formativo del candidato.	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6
Saper impostare un piano di comunicazione integrata formulando gli obiettivi per i singoli ambiti comunicazionali e redigere il relativo budget	3	Le competenze saranno valutate attraverso la verifica documentale del background formativo del candidato.	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6
<b>Marketing e commerciale</b>	<b>Account management (gestione del cliente)</b>		<b>Gestione strategica del cliente</b>		
<b>Competenza</b>	<b>Liv. comp. ingr.</b>	<b>Modalità verifica</b>	<b>Tipo</b>	<b>Classificazione</b>	<b>Val. somm.</b>
Saper utilizzare strategicamente le principali leve di marketing (prodotto, prezzo, promozione, distribuzione)	3	Le competenze saranno valutate attraverso la verifica documentale del background formativo del candidato.	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6
Conoscere e saper utilizzare gli strumenti del geomarketing	3	Le competenze saranno valutate attraverso la verifica documentale del background formativo del candidato.	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6
<b>Marketing e commerciale</b>	<b>Comunicazione aziendale</b>		<b>Capacità trasversali</b>		
<b>Competenza</b>	<b>Liv. comp. ingr.</b>	<b>Modalità verifica</b>	<b>Tipo</b>	<b>Classificazione</b>	<b>Val. somm.</b>
Saper gestire un team di lavoro attraverso l'esercizio di una leadership che promuova lo spirito di gruppo, l'affidabilità, la responsabilità e la capacità di valutare i risultati in rapporto agli obiettivi	3	Le competenze saranno valutate attraverso la verifica documentale del background formativo ed esperienziale del candidato e attraverso un colloquio individuale svolto in fase di selezione.	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6
Conoscere le tecniche di problem solving e le metodologie per la gestione dei processi decisionali	3	Le competenze saranno valutate attraverso la verifica documentale del background formativo ed esperienziale del candidato e attraverso un colloquio individuale svolto in fase di selezione.	Mappata	con richiesta di specifico livello in ingresso	6
<b>Elenco competenze non oggetto del corso richieste in ingresso</b>	<b>Elenco competenze non oggetto del corso richieste in ingresso</b>		<b>Elenco competenze non oggetto del corso richieste in ingresso</b>		

Competenza	Liv. comp. ingr.	Modalità verifica	Tipo	Classificazione	Val. somm.
Conoscenza base della lingua inglese - Livello B1	6	Le competenze saranno valutate attraverso un test a risposta multipla svolto in fase di selezione.	Non mappata	Competenza non oggetto del corso richiesta in ingresso	0
Conoscenza base dell'informatica (pacchetto Office, Internet)	6	Le competenze saranno valutate attraverso un test a risposta multipla svolto in fase di selezione.	Non mappata	Competenza non oggetto del corso richiesta in ingresso	0

### Partenariato

**Nome azienda:** Antonio Valerio srl  
**Descrizione soggetto:** Azienda di produzione e di imbottigliamento del vino  
**Forma giuridica:** 1.3.20 Società a responsabilità limitata  
**Natura giuridica:** Privata  
**Sede:** c.da Selvalotta snc, 86075 Monteroduni MONTERODUNI (IS)  
**Codice fiscale:** 00055620942  
**Partita IVA:** 00055620942  
**Settore:** Attività manifatturiere  
**Dimensione:** Micro impresa  
**Numero addetti:** Da 1 a 5 addetti  
**Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:** 4  
**Legale rappresentante:** Antonio Valerio  
**Sito web:** <http://www.valeriovini.com>

#### Ruolo del partner:

**- Progettazione:** Si  
**Dettaglio progettazione:** Affiancamento nella definizione dei moduli didattici inseriti nel corso.

**- Testimoni rappresentativi:** Si

**Numero previsto di ore docenza/testimoni anza:** Berardi Domenica  
 2  
**Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:** Addetto al settore vendita

**- Stage:** Si

**Numero di voucheristi in stage:** 1

**Dettaglio attività di stage:** Affiancamento del personale impiegato addetto alla vendita e alla distribuzione del prodotto, analisi e valutazione dei canali di marketing e di comunicazione adottati, analisi delle prospettive di internazionalizzazione.

**Specifiche su sedi di stage:** Lo stage si svolgerà presso gli uffici tecnici e amministrativi dell'azienda.

**Nome azienda:** Azienda Agricola Principe Pignatelli di Monteroduni srl  
**Descrizione soggetto:** Azienda di produzione e di imbottigliamento di olio  
**Forma giuridica:** 1.3.20 Società a responsabilità limitata  
**Natura giuridica:** Privata  
**Sede:** Via S. Eusanio, 86075 Monteroduni MONTERODUNI (IS)  
**Codice fiscale:** 00372840942  
**Partita IVA:** 00372840942  
**Settore:** Attività manifatturiere  
**Dimensione:** Micro impresa  
**Numero addetti:** Da 1 a 5 addetti  
**Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:** 1  
**Legale rappresentante:** Antonio Valerio  
**Sito web:** <http://www.oliopignatelli.com/>

**Ruolo del partner:**

**- Progettazione:** Sì  
**Dettaglio progettazione:** Affiancamento nella definizione dei moduli didattici inseriti nel corso.

**- Testimoni rappresentativi:** No

**Numero previsto di ore docenza/testimoni anza:** (Non compilato)

**Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:** (Non compilato)

**- Stage:** Sì

**Numero di voucheristi in stage:** 1

**Dettaglio attività di stage:** Affiancamento del personale impiegato addetto alla vendita e alla distribuzione del prodotto, analisi e valutazione dei canali di marketing e di comunicazione adottati, analisi delle prospettive di

internazionalizzazione.

**Specifiche su sedi di stage:**

Lo stage si svolgerà presso gli uffici tecnici e amministrativi dell'azienda.

**Nome azienda:** Favellato srl  
**Descrizione soggetto:** Opificio industriale per la produzione di pasta.  
**Forma giuridica:** 1.3.20 Società a responsabilità limitata  
**Natura giuridica:** Privata  
**Sede:** Loc Breccelle, 86170 Isernia ISERNIA (IS)  
**Codice fiscale:** 00389590944  
**Partita IVA:** 00389590944  
**Settore:** Attività manifatturiere  
**Dimensione:** Piccola Impresa  
**Numero addetti:** Da 16 a 49 addetti  
**Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:** 20  
**Legale rappresentante:** Favellato Claudio  
**Sito web:** www.pastapantabella.it

**Ruolo del partner:**

**- Progettazione:** Sì  
**Dettaglio progettazione:** Affiancamento nella definizione dei moduli didattici inseriti nel corso.  
**- Testimoni rappresentativi:** No

**Numero previsto di ore docenza/testimonianza:** (Non compilato)

**Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:** (Non compilato)

**- Stage:** Sì  
**Numero di voucheristi in stage:** 2  
**Dettaglio attività di stage:** Affiancamento del personale impiegato addetto alla vendita e alla distribuzione del prodotto, analisi e valutazione dei canali di marketing e di comunicazione adottati, analisi delle prospettive di internazionalizzazione.  
**Specifiche su sedi di stage:** Lo stage si svolgerà presso gli uffici tecnici e amministrativi dell'azienda.

**Nome azienda:** Castellina srl  
**Descrizione soggetto:** Imbottigliamento acqua minerale  
**Forma giuridica:** 1.3.20 Società a responsabilità limitata  
**Natura giuridica:** Privata  
**Sede:** Strada Provinciale Volturno Pentrica, 86090 Castelpizzuto CASTELPIZZUTO (IS)  
**Codice fiscale:** 00366180941  
**Partita IVA:** 00366180941  
**Settore:** Attività manifatturiere  
**Dimensione:** Micro impresa  
**Numero addetti:** Da 6 a 9 addetti  
**Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:** 4  
**Legale rappresentante:** Camillo Colella  
**Sito web:** <http://www.castellina.it>

**Ruolo del partner:**

**- Progettazione:** Si  
**Dettaglio progettazione:** Affiancamento nella definizione dei moduli didattici inseriti nel corso.

**- Testimoni rappresentativi:** No

**Numero previsto di ore docenza/testimoni anza:** (Non compilato)

**Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:** (Non compilato)

**- Stage:** Si

**Numero di voucheristi in stage:** 1

**Dettaglio attività di stage:** Affiancamento del personale impiegato addetto alla vendita e alla distribuzione del prodotto, analisi e valutazione dei canali di marketing e di comunicazione adottati, analisi delle prospettive di internazionalizzazione.

**Specifiche su sedi di stage:** Lo stage si svolgerà presso gli uffici tecnici e amministrativi dell'azienda.

**Nome azienda:** Dolciaria Labbate di Mazziotta Ines  
**Descrizione soggetto:** Azienda dolciaria e confetteria  
**Forma giuridica:** 1.1.20 Imprenditore individuale non agricolo

**Natura giuridica:** Privata  
**Sede:** via Valle San Lorenzo, sn, 86081 Agnone AGNONE (IS)  
**Codice fiscale:** MZZNSI57M45A080I  
**Partita IVA:** 00076960947  
**Settore:** Attività manifatturiere  
**Dimensione:** Micro impresa  
**Numero addetti:** Da 1 a 5 addetti  
**Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:** 4  
**Legale rappresentante:** Ines Mazziotta  
**Sito web:** <http://www.labbatemazziotta.it>

**Ruolo del partner:**

**- Progettazione:** Sì  
**Dettaglio progettazione:** Affiancamento nella definizione dei moduli didattici inseriti nel corso.  
**- Testimoni rappresentativi:** No

**Numero previsto di ore docenza/testimoni:** (Non compilato)

**Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:** (Non compilato)

**- Stage:** Sì  
**Numero di voucheristi in stage:** 1  
**Dettaglio attività di stage:** Affiancamento del personale impiegato addetto alla vendita e alla distribuzione del prodotto, analisi e valutazione dei canali di marketing e di comunicazione adottati, analisi delle prospettive di internazionalizzazione  
**Specifiche su sedi di stage:** Lo stage si svolgerà presso gli uffici tecnici e amministrativi dell'azienda.

**Nome azienda:** Sanniolat srl  
**Descrizione soggetto:** Azienda lattiero casearia  
**Forma giuridica:** 1.3.20 Società a responsabilità limitata  
**Natura giuridica:** Privata  
**Sede:** via Don Mucciardi, 1, 86020 Campochiaro CAMPOCHIARO (CB)  
**Codice fiscale:** 00941080707  
**Partita IVA:** 00941080707

**Settore:** Attività manifatturiere  
**Dimensione:** Piccola Impresa  
**Numero addetti:** Da 10 a 15 addetti  
**Numero dipendenti totali a tempo indeterminato:** 14  
**Legale rappresentante:** Valentino Perrella  
**Sito web:** (Non compilato)

**Ruolo del partner:**

**- Progettazione:** Sì  
**Dettaglio progettazione:** Affiancamento nella definizione dei moduli didattici inseriti nel corso  
**- Testimoni rappresentativi:** No

**Numero previsto di ore docenza/testimoni:** (Non compilato)

**Specifiche sul ruolo e attività in azienda di ciascun testimone:** (Non compilato)

**- Stage:** Sì  
**Numero di voucheristi in stage:** 2  
**Dettaglio attività di stage:** Affiancamento del personale impiegato addetto alla vendita e alla distribuzione del prodotto, analisi e valutazione dei canali di marketing e di comunicazione adottati, analisi delle prospettive di internazionalizzazione.  
**Specifiche su sedi di stage:** Lo stage si svolgerà presso gli uffici tecnici e amministrativi dell'azienda.

---

**N° totale partner:** 6  
**N° partner in progettazione:** 6  
**N° partner con testimoni aziendali:** 1  
**N° partner per stage :** 6  
**N° partner per stage localizzati in regioni/stati differenti:** 0

**Edizioni - Num. edizioni: 1**

---

**Dati principali edizione - ID edizione: 12210**


---

<b>ID sede:</b>	8487
<b>Denominazione sede:</b>	Ial Molise srl
<b>Provincia:</b>	CAMPOBASSO
<b>Comune:</b>	CAMPOBASSO
<b>Indirizzo:</b>	via Giacomo Leopardi, 163
<b>Località:</b>	Campobasso
<b>CAP:</b>	86100
<b>Telefono:</b>	087498869
<b>Fax:</b>	0874418182
<b>Email:</b>	info@ialmolise.it
<b>Riferimento accreditamento:</b>	(Non compilato)
<b>Data scadenza iscrizione:</b>	10/11/2013
<b>Data avvio:</b>	25/11/2013
<b>Data fine prevista:</b>	30/06/2014
<b>Num. minimo Voucher:</b>	8
<b>Num. partecipanti max.:</b>	12
<b>Modalità svolgimento corso:</b>	I giorni e l'orario del corso saranno stabiliti successivamente alla conclusione del processo di selezione, al fine di impostare una programmazione in linea, il più possibile, con le esigenze dell'aula. In linea indicativa, il corso sarà erogato tre giorni (15 ore) a settimana.
<b>Specifiche su prove selettive:</b>	Entro una settimana dalla chiusura delle iscrizioni, i candidati saranno convocati presso la sede dello IAL Molise srl per una prova di selezione che sarà articolata nel modo seguente: test sulle competenze di base della lingua inglese e di informatica; colloquio motivazionale.

Accessibilità - ID edizione: 12210

---

<b>Accessibilità persone disabili:</b>	Si
<b>Specifiche accessibilità:</b>	Le sedi dello IAL Molise sono in regola con le disposizioni di legge in merito all'accesso dei portatori di handicap (abbattimento delle barriere architettoniche)

Referente - ID edizione: 12210

---

<b>Nome:</b>	Enrico
<b>Cognome:</b>	Passerini
<b>Telefono:</b>	087498869
<b>Email:</b>	e.passerini@ialmolise.it