

**ARTICOLAZIONE DIDATTICA**

**Avviso n. 7/2010**

<b>Denominazione corso</b> <b>Le frontiere dei vecchi sapori:</b> <b>esperto nella preparazione delle ricette del territorio</b> <b>COD ISTAT 5.2.2.1</b>	
<b>Soggetto attuatore</b>	SMILE PUGLIA
<b>Sede operativa accreditata di riferimento (indirizzo)</b>	Via Manfredonia km 8,00 Località C.da Torre Guiducci – 71121 Foggia

**MODULI DIDATTICI**

<b>A- UFC – area integrativa/trasversale</b>		<b>Ore totali: 36</b>
a.1	<b>Accoglienza e orientamento</b>  <b>Obiettivi:</b> Definire con chiarezza le finalità del percorso formativo, Favorire e/o accelerare i processi di interazione tra gli allievi per costruire il gruppo aula Elaborare un progetto professionale realistico e soddisfacente per il soggetto, costruito attraverso la mediazione tra risorse personali e condizioni esterne. Ricostruire le esperienze formative e lavorative per la definizione dell'obiettivo professionale <b>Contenuti:</b> Introduzione al corso, Presentazione partecipanti, Formalizzazione aspettative e obiettivi, Definizione del contratto formativo. Analisi delle risorse psico-sociali, Le esperienze formative e professionali, Stesura del portafoglio delle competenze.	12
a. 2	<b>Sicurezza sui luoghi di lavoro</b>  <b>Obiettivi:</b> Acquisire le conoscenze essenziali relativamente alla norme che regolano la prevenzione del rischio e la sicurezza negli ambienti di lavoro, Fornire le indicazioni sulle tecniche di pronto intervento in caso di incidenti sui luoghi di lavoro, Trasferire le conoscenze per affrontare situazioni concrete con le relative procedure d'intervento per la gestione dell'emergenza in caso di incendio. <b>Contenuti:</b> Quadro normativo in materia di prevenzione infortuni ed igiene del lavoro, I soggetti coinvolti ed i loro obblighi, La definizione e l'individuazione dei fattori di rischio, Misure (tecniche, organizzative, procedurali) di prevenzione e protezione, L'allerta del sistema di	12

	soccorso, Il riconoscimento dell'emergenza sanitaria, L'attuazione degli interventi di primo soccorso, L'incendio e la prevenzione incendi, Protezione antincendio e procedure da adottare in caso di incendio.	
a. 3	<p><b>ELEMENTI PER LA SOSTENIBILITA' AMBIENTALE – 12 ore</b></p> <p><b>Obiettivi:</b> Fornire un quadro generale delle emergenze ambientali e delle problematiche ambientali esistenti nel territorio per giungere a formulare delle strategie economiche compatibili con il rispetto dell'ambiente e le sue risorse, Far maturare la consapevolezza che il rispetto e la tutela dell'ambiente sono nuovi valori fondanti di una moderna società industriale.</p> <p><b>Contenuti:</b> Glossario di ecologia e biodiversità, Lo sviluppo sostenibile: analisi della documentazione di riferimento, La legislazione sullo smaltimento dei rifiuti industriali e sulle emissioni inquinanti. Cenni sul bilancio ambientale delle imprese. Cenni sugli indicatori di sostenibilità ambientale, Cenni su DPR n.547; leggi 303/56 e 46/90; l'antincendio; legge Merli e Decreto Ronchi.</p>	6
a. 4	<p><b>PARI OPPORTUNITA'</b></p> <p><b>Obiettivi:</b> Evidenziare la presenza di stereotipi (positivi e negativi) e di discriminazioni di genere nella cultura, nel linguaggio, nel mondo della formazione e del lavoro e nella ripartizione dei carichi di cura fra i generi. Rendere consapevoli le partecipanti dei meccanismi di segregazione ma anche di autoesclusione dai loro <i>personali</i> percorsi di istruzione e di formazione pregressi o attuali; Fornire alle partecipanti nozioni basilari sulla normativa vigente in materia e sugli organismi di parità cui rivolgersi in caso di necessità ad essere tutelate/i nei propri diritti;</p> <p><b>Contenuti:</b> Termini che accompagnano concetti legati al genere: discriminazione, azioni positive, mainstreaming, empowerment, La specificità di genere sul piano culturale, sociale e lavorativo, Gli organismi locali e regionali che tutelano le pari opportunità.</p>	6

<b>B- UFC – area professionalizzante</b>		<b>Ore totali: 184</b>
b. 1	<p><b>Materie prime e processi di trasformazione</b> <i>(incluse visite guidate presso aziende di produzione agro-alimentare di qualità presenti sul territorio)</i></p> <p><b>Obiettivi:</b> Fornire una panoramica sulla preparazione e conservazione dei semilavorati in modo che siano adatti ad essere utilizzati nella preparazione dei piatti ed alla loro successiva commercializzazione, Fornire le informazioni per una corretta conservazione delle materie prime e semilavorati in vista del loro successivo impiego per la preparazione di piatti finiti. Offrire una panoramica sulle principali produzioni tipiche, affrontando poi nello specifico le produzioni locali di qualità. Approfondire la conoscenza delle ricette tipiche, Fornire dettagli per la preparare delle ricette caratteristiche dell'area di Capitanata</p> <p><b>Contenuti:</b> Elementi di merceologia di settore: vegetali (cereali,</p>	66

	legumi, verdura); carni (rosse, bianche, cacciagione); prodotti ittici; impasti (all'uovo, sfoglia, frolla, brisé, impasti di uova, pasta per il pane e la pizza); salse e condimenti; caratteristiche organolettiche e loro apporto calorico; modalità di conservazione e possibili alterazioni, Tecniche di manipolazione e trattamento di vegetali crudi, carni crude, prodotti ittici crudi (operazione di marinatura e/o messa in salamoia), Tecniche di sezionatura delle carni, pulitura e spurgo dei prodotti ittici crudi, sfilettatura dei pesci, Caratteristiche e tipologie di metodi di conservazione (tecniche e strumenti). Il ricettario di capitanata	
b. 2	<p><b>Elementi di Legislazione ed economia del settore agroalimentare</b></p> <p><b>Obiettivi:</b> Analizzare il settore della ristorazione, le sue caratteristiche e le relazioni con gli altri settori o aree, Conoscere, gestire ed applicare gli adempimenti necessari a svolgere la prestazione professionale di cuoco, Conoscere gli aspetti normativi, deontologici e organizzativi propri della stessa</p> <p><b>Contenuti:</b> Elementi di analisi dei mercati, Segmentazione della clientela sulla base del profilo di acquisto e conseguente definizione delle caratteristiche tipo dell'offerta, Principi e norme di esercizio dell'attività professionali nel settore della ristorazione</p>	18
b.3	<p><b>Le produzioni tipiche tra cultura e tradizione</b></p> <p><b>Obiettivi:</b> Fornire un quadro dei principali prodotti tipici pugliesi, Analizzare la storia dei prodotti tipici con una particolare attenzione ai legami con le tradizioni e il folklore locale</p> <p><b>Contenuti:</b> I prodotti tipici, tradizionali e biologici della Puglia - La filiera agricola, Le produzioni: I vitigni e i vini, L'olio, Il latte e i formaggi, La carne e i salumi, I prodotti di nicchia, Tradizione e cultura del territorio, Analisi storica del territorio e delle tradizioni culturali, Aspetti tipici della tradizione del territorio, Piatti e ricette della cultura tipica.</p>	18
b.4	<p><b>Normativa sulla qualità dei prodotti e protezione dei marchi</b></p> <p><b>Obiettivi:</b> Fornire una panoramica dei principali marchi europei, Individuare le normative di qualità della CEE, Fornire un quadro di disciplina generale dei vari prodotti alimentari</p> <p><b>Contenuti:</b> La qualità e la protezione dei prodotti tipici, DOP, IGP e STG (Specialità Tradizionale Garantita), Prodotti interessati dai regolamenti (CEE) n. 2081/92 e (CEE) n. 2082/92: Prodotti interessati soltanto dal regolamento (CEE) n. 2081/92: Prodotti interessati soltanto dal regolamento (CEE) n. 2082/92:</p>	18
b.5	<p><b>Prodotti tipici ed eventi del settore agroalimentare</b></p> <p><b>Obiettivi :</b> diffondere le conoscenze sui prodotti presso i possibili destinatari; Assicurare l'assiduità e la continuità del contatto; organizzare la promozione o collaborare con strutture di promozione. individuare i mezzi attuali di diffusione di informazioni ed i messaggi di promozione; creare reti di rapporti e definire le modalità per mantenerle attive; organizzare le diverse tipologie di strutture di promozione</p> <p><b>Contenuti:</b> La fiera come strumento di marketing, Le fasi che</p>	18

	<p>caratterizzano la partecipazione ad una fiera: fase organizzativa (pre fiera), fase esecutiva, fase successiva (post fiera); Promuovere iniziative e progetti di commercializzazione; Determinazione e controllo del budget; Analisi di case history. Le principali fiere a pugliesi e abruzzesi del settore agroalimentare</p>	
b.6	<p><b>Marketing agro-alimentare</b></p> <p><b>Obiettivi:</b> Individuare le caratteristiche del settore e dei mercati in cui opera un'impresa, Distinguere i settori economici e i loro principali comparti e come questi sono tra loro interrelati, Descrivere per grandi linee le principali caratteristiche di un dato settore economico e il suo possibile trend di sviluppo, Descrivere in termini generali il target di clienti di una impresa data, Proiettare gli andamenti generali su quelli specifici dell'impresa</p> <p><b>Contenuti:</b> ruolo dell'impresa agricola nel mercato della produzione - L'evoluzione e le caratteristiche delle principali componenti di un sistema di agrimarketing, La formazione dei prezzi sul mercato agricolo, Il controllo pubblico dei prezzi agricoli, Integrazione verticale in agricoltura e altre forme di collegamento dell'impresa agricola con il mercato</p>	10
b.7	<p><b>Forme di collegamento delle imprese agro-alimentari con il mercato</b></p> <p><b>Obiettivi:</b> Analizzare le regole di concorrenza e gli attori del mercato agroalimentare, Fornire un quadro sulle condizioni generali di vendita e sulla vari fasi (esempio trasporto, imballaggio, etichettatura)</p> <p><b>Contenuti:</b> L'intervento comunitario nel mercato dei prodotti agricoli ed alimentari: le OCM e le regole sulla concorrenza - La libera circolazione delle merci - Impatto della normativa europea sui processi di produzione e commercializzazione dei prodotti agroalimentari - La programmazione negoziata e gli accordi di programma - Aspetti della collaborazione commerciale: i procacciatori, gli agenti, i distributori, la vendita, le condizioni generali di vendita La proprietà industriale: marchi e brevetti - Attività di import-export - Documentazione necessaria per il trasporto delle merci, Legislazione per imballaggio ed etichettatura</p>	18
b.8	<p><b>Struttura del sistema distributivo nel settore agroalimentare</b></p> <p><b>Obiettivi;</b> Fornire una panoramica generale del sistema distributivo, Inquadrare le diverse filiere agroalimentari e i canali di vendita e distribuzione all'ingrosso e al dettaglio</p> <p><b>Contenuti;</b> Il sistema distributivo: caratteristiche, funzioni, elementi di operatività - Le filiere agroalimentari - I mercati generali, Le Borse delle merci i, mercati cittadini - Localizzazione geografica e sistema distributivo in Italia e Internazionale - Meccanismi della distribuzione dei prodotti agro-alimentari all'ingrosso e al dettaglio</p>	18

<b>C- UFC – area creazione d’impresa</b>		<b>Ore totali: 30</b>
c. 1	<p><b>Brainstorming “di rientro” dagli stage per la condivisione delle esperienze maturate e delle relative opportunità emerse.</b> Parlano i partecipanti, guidati e moderati dal docente.</p> <p><i>Obiettivo: non fornire opportunità di sbocco professionale preconfezionate, ma partire dall’esperienza da stageur dei partecipanti, facendo emergere dal confronto dialettico generato dal contributo di tutti - integrato ove necessario dall’esperienza del docente qualora le esperienze dei partecipanti fossero state poco variate e non in grado dunque di offrire una panoramica esaustiva dei principali sbocchi occupazionali, possibili idee imprenditoriali da trasformare in concrete ipotesi di business.</i></p>	6
c. 2	<p><b>Analisi dei più interessanti sbocchi professionali per il profilo acquisito dai partecipanti al termine del corso</b> Sistematizzazione dei risultati della discussione libera della giornata precedente attraverso la organizzazione delle diverse opportunità di mercato in cluster omogenei ciascuno dei quali viene analizzato nei suoi aspetti chiave: FCS, livello di investimenti richiesto, grado di complessità organizzativa, minacce presenti nell’ambito geografico di riferimento, ....</p> <p><i>Obiettivo: consentire a ciascun partecipante di effettuare una prima valutazione dell’attrattività delle diverse opportunità e della coerenza con le proprie attitudini e aspettative professionali offrendo loro una panoramica delle principali implicazioni connesse a ciascuno sbocco professionale, capace di orientarli nella scelta.</i></p>	6
c 3	<p><b>Dall’idea al progetto (parte 1)</b> La metodologia per la corretta pianificazione strategico-operativa di un’iniziativa imprenditoriale: il processo di creazione d’impresa, la focalizzazione dell’idea imprenditoriale, l’analisi dell’ambiente competitivo, la formulazione delle strategie, la pianificazione operativa.</p> <p>Una prima giornata dedicata al trasferimento delle modalità per la realizzazione di un business plan completo ed efficace nell’analizzare gli aspetti chiave di un’iniziativa imprenditoriale.</p> <p><i>Obiettivo: trasferire ai partecipanti il metodo per passare da un’idea ad un vero progetto di business, analizzando tutti gli aspetti che impattano sul successo della stessa.</i></p>	6
c. 4	<p><b>Dall’idea al progetto (parte 2)</b> La metodologia per lo svolgimento di una corretta analisi economico-finanziaria di una nuova iniziativa imprenditoriale: la pianificazione economico finanziaria, l’analisi del punto di pareggio (<i>break even point</i>).</p> <p>La giornata chiude la parte dedicata alla formazione sul business plan.</p> <p><i>Obiettivo: fornire ai partecipanti la metodologia di analisi e pianificazione della propria iniziativa imprenditoriale. Tale metodologia è la stessa che verrà seguita nella fase di accompagnamento individuale per affiancare i partecipanti nello sviluppo dei propri progetti professionali.</i></p>	6
c. 5	<p><b>Guida allo start up d’impresa</b> Gli adempimenti amministrativo-burocratici da espletare con riferimento ai diversi sbocchi professionali identificati e le più efficaci modalità di gestione della fase di avvio di una nuova iniziativa</p>	6

	<p>imprenditoriale. Un focus è riservato alla corretta valutazione del fabbisogno finanziario di avvio della nuova iniziativa e delle modalità attraverso cui assicurarne la copertura, con particolare riferimento all'offerta bancaria e alle agevolazioni per fare impresa attive in ambito regionale e nazionale.</p> <p><i>Obiettivi: sensibilizzare i partecipanti sugli aspetti di cantierabilità dell'iniziativa con particolare riguardo alla copertura dei reali fabbisogni finanziari di avvio e all'impatto degli aspetti amministrativo-burocratici sulla possibilità di avviare in concreto l'iniziativa e con quali tempi.</i></p>	
--	---	--

## ARTICOLAZIONE DIDATTICA

### ARTICOLAZIONE DEL PERCORSO FORMATIVO

Moduli	UFC	Ore Totali	Lezioni conferenze seminari	Esercitazioni Dimostrazioni
<b>N</b>	<b>UFC – area integrativa/trasversale</b>	<b>36</b>	<b>24</b>	<b>12</b>
1	Accoglienza e orientamento	12	6	6
2	Sicurezza sui luoghi di lavoro	12	6	6
3	Ambiente e sviluppo sostenibile	6	6	0
4	Pari opportunità	6	6	0
<b>N</b>	<b>UFC – area professionalizzante</b>	<b>184</b>	<b>148</b>	<b>36</b>
5	Materie prime e processi di trasformazione <i>(includere visite guidate presso aziende di produzione agro-alimentare di qualità presenti sul territorio)</i>	66	38	28
6	Legislazione del settore agroalimentare	18	18	0
7	Le produzioni tipiche tra cultura e tradizione	18	18	0
8	Normativa sulla qualità dei prodotti e protezione dei marchi	18	18	0
9	Prodotti tipici ed eventi del settore agroalimentare	18	10	8
10	Marketing agro-alimentare	10	10	0
11	Forme di collegamento delle imprese agro-alimentari con il mercato	18	18	0
12	Struttura del sistema distributivo nel settore agroalimentare	18	18	0
<b>S</b>	<b>STAGE</b>	<b>350</b>		
13	Stage in regione	260		
14	Stage fuori regione	90		
<b>N</b>	<b>UFC – area creazione d'impresa</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>30</b>
15	Brainstorming di rientro dagli stage per la condivisione delle esperienze maturate e delle relative opportunità emerse. Parlano i partecipanti, guidati e moderati dai docenti.	6	0	6

16	Opportunità occupazionali ed imprenditoriali: sistematizzazione delle esperienze raccolte e loro integrazione attraverso la creazione di cluster di opportunità potenzialmente aperte per i partecipanti e presentazione strutturata all'aula.	6	0	6
17	Dall'idea al progetto: come "organizzarsi" per cogliere le diverse opportunità emerse, pro e contro, complessità gestionale, investimenti necessari, modalità di promozione.	6	0	6
18	Dal progetto al business plan: la metodologia per la corretta pianificazione strategico-operativa e economico-finanziaria di una nuova iniziativa imprenditoriale.	6	0	6
19	Guida allo start up: adempimenti amministrativo-burocratici e modalità di gestione della fase di avvio di una nuova iniziativa imprenditoriale.	6	0	6
	<b>Accompagnamento individuale</b>			
20	Consulenza individuale alla pianificazione d'impresa	<b>10</b>		<b>10</b>