

**CORSO TECNICO SUPERIORE PER LA SOSTENIBILITA' DEL PRODOTTO  
 TURISTICO MADE IN ITALY - BIENNIO 2020/2022\***
**SEDE DIDATTICA UDINE ISIS STRINGHER**

<b>N. MOD</b>	<b>MODULI 1° ANNO</b>	<b>DURATA</b>
<b>1</b>	<b>SVILUPPO COMPETENZE TRASVERSALI</b>	<b>50</b>
	Gestione del progetto professionale	
	La comunicazione efficace e colloqui di stage	
	Design Thinking	
	Il lavoro in team e gestione del ruolo	
	Sviluppo personale	
<b>2</b>	<b>LINGUA INGLESE</b>	<b>60</b>
	Making an independent use of english	
<b>3</b>	<b>LINGUA TEDESCA</b>	<b>60</b>
	Deutsch for beginners	
<b>4</b>	<b>INFORMATICA A LIVELLO AVANZATO</b>	<b>70</b>
	Strumenti avanzati di office	
	I social media	
<b>5</b>	<b>POTENZIAMENTO COMPETENZE PER IL SETTORE TURISTICO</b>	<b>50</b>
	Geografia turistica territoriale locale	
	Sistema di gestione qualità, sicurezza e ambiente	
<b>6</b>	<b>ORGANIZZAZIONE AZIENDALE</b>	<b>36</b>
	Economia aziendale	
	Principi della sicurezza in azienda	
<b>7</b>	<b>TECNICHE DI ACQUISIZIONE E ANALISI DEI DATI</b>	<b>40</b>
	Principi della statistica – le fonti	
	Tecniche di analisi statistica e sociologica dei dati raccolti	
<b>8</b>	<b>IL SEGMENTO TURISTICO E IL DESIGN DEL SUO PRODOTTO</b>	<b>70</b>
	Il "Made in Italy" significato e applicazione al prodotto turistico	
	Le tecniche di costruzione del pacchetto turistico	
	I prodotti turistici regionali	
<b>9</b>	<b>SOSTENIBILITÀ DEL PRODOTTO TURISTICO</b>	<b>40</b>
	Applicazione dei principi di sostenibilità nel settore agroalimentare e turistico	

	La progettazione tecnica di prodotti di turismo sostenibile	
<b>10</b>	<b>PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO A LIVELLO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE</b>	<b>94</b>
	Comunicazione d'impresa e di prodotto	
	Tecniche e strategie di vendita	
	Marketing territoriale e promozione turistica agroalimentare	
<b>11</b>	<b>INNOVAZIONE E NUOVE TECNOLOGIE DEL PRODOTTO TURISTICO</b>	<b>30</b>
	Audience Development	
<b>12</b>	<b>SISTEMI DI CONTROLLO QUALITA' E CERTIFICAZIONI DI SOSTENIBILITA'</b>	<b>50</b>
	Certificazione Qualità ISO	
	Certificazioni di sostenibilità	
<b>13</b>	<b>PROJECT WORK</b>	<b>30</b>
	<b>STAGE</b>	<b>320</b>
	Stage in azienda	
<b>N. MOD</b>	<b>MODULI 2° ANNO</b>	<b>DURATA</b>
<b>14</b>	<b>SVILUPPO COMPETENZE TRASVERSALI</b>	<b>22</b>
	Gestione del progetto professionale	
	La comunicazione efficace e colloqui di stage	
	Design Thinking	
<b>15</b>	<b>LINGUA INGLESE</b>	<b>60</b>
	Using English as a business language	
<b>16</b>	<b>LINGUA TEDESCA</b>	<b>60</b>
	Deutsch for beginners	
<b>17</b>	<b>ORGANIZZAZIONE AZIENDALE</b>	<b>24</b>
	Economia e gestione delle imprese turistiche e delle reti di impresa	
<b>18</b>	<b>IL SEGMENTO TURISTICO E IL DESIGN DEL SUO PRODOTTO</b>	<b>80</b>
	Le tecniche di costruzione del prodotto turistico	
	Le filiere agroalimentari, tipicità del territorio	
<b>19</b>	<b>LA SOSTENIBILITÀ DEL PRODOTTO TURISTICO</b>	<b>60</b>
	La progettazione tecnica di prodotti di turismo sostenibile	
	La responsabilità sociale di impresa applicata alle imprese agroalimentare e turistiche	
<b>20</b>	<b>PROMOZIONE DEL PRODOTTO TURISTICO A LIVELLO NAZIONALE ED INTERNAZIONALE</b>	<b>86</b>
	Web marketing, E Commerce	
	Promozione turistica ed organizzazione di eventi	
<b>21</b>	<b>INNOVAZIONE E NUOVE TECNOLOGIE DEL PRODOTTO TURISTICO</b>	<b>70</b>
	Gamification	
	Crowdfunding e fundraising	
<b>22</b>	<b>CREAZIONE DI IMPRESA</b>	<b>40</b>

	Lo sviluppo di un business plan	
<b>23</b>	<b>GESTIONE DEI PROCESSI PRODUTTIVI</b>	<b>12</b>
	I principi della Lean applicati al segmento turistico	
<b>24</b>	<b>PROJECT WORK</b>	<b>30</b>
<b>25</b>	<b>STAGE</b>	<b>440</b>
	Stage in azienda	
	<b>ESAMI FINALI</b>	<b>16</b>

\*E' ancora in corso la definizione del monte ora dei moduli e unità formative da parte del Comitato di progetto.

\*\* Il corso è attivato fatte salve le deliberazioni della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia.