

# CURRICULUM

## Promuovere il Design Thinking con gli Imprenditori Agroalimentari



VERSION  
**ITALIANA**



Ollscoil  
Teicneolaíochta  
an Atlantaigh  
  
Atlantic  
Technological  
University



Co-funded by  
the European Union

## Prefazione

Questo curriculum è stato sviluppato come risultato principale del progetto finanziato da Erasmus+ "Digital Readiness for Agri-Food Entrepreneurship Training" (DigiFE) (2021-2-2IE01-KA220-VET-00004884). Questo progetto è guidato dall'Atlantic Technological University di Galway, Irlanda, in collaborazione con la Confederazione Italiana Agricoltori Toscana (CIA Toscana), Italia, The Polish Farm Advisory and Training Centre, Polonia e Macra na Feirme, Irlanda.

L'obiettivo principale del progetto DigiFE è quello di rivedere e adattare l'istruzione e la formazione professionale (VET) per soddisfare le specifiche esigenze di formazione digitale degli imprenditori agroalimentari in linea con il quadro delle competenze digitali. Le competenze digitali sono state esaminate in altre discipline ma non sono state fino ad oggi incluse nei curricula dei programmi di VET per l'imprenditorialità agroalimentare. Attraverso i risultati del progetto, il consorzio introdurrà metodi di insegnamento innovativi e supporti per gli educatori VET per migliorare le loro competenze digitali e consentire loro di coinvolgere l'imprenditore agroalimentare online.

Questo curriculum è stato sviluppato per supportare gli educatori VET nell'integrare il processo di Design Thinking nello sviluppo di nuovi ed esistenti programmi di imprenditorialità agroalimentare. Poiché la transizione verso un ambiente più digitale continua, gli imprenditori agroalimentari hanno percepito una sensazione di essere lasciati indietro e di mancare delle conoscenze e competenze necessarie per partecipare a questa transizione. Il corso associato comprende 5 moduli principali destinati a offrire agli imprenditori agroalimentari conoscenze pratiche per sviluppare le loro capacità digitali, con contenuti specifici relativi alla comprensione del Design Thinking, alla scoperta del cliente, alla pubblicità e al marketing, all'analisi e interpretazione dei dati e alla legislazione alimentare. Sono stati sviluppati anche moduli opzionali per supportare gli imprenditori agroalimentari in aree specifiche al loro tipo di attività.

Il curriculum include raccomandazioni su metodologie di insegnamento e apprendimento, tra cui l'apprendimento peer-to-peer e l'apprendimento esperienziale, incoraggiando i discenti a mettere in pratica la teoria e utilizzare scenari reali per implementare il processo di Design Thinking. Il corso è stato progettato dal consorzio del progetto in collaborazione con il mondo accademico, gli agricoltori, i produttori alimentari e i più ampi stakeholder del settore agroalimentare durante un evento di insegnamento e apprendimento per insegnanti e partner (LTTA), ospitato dall'ATU a Galway nell'ottobre 2023. Attraverso sessioni pianificate di brainstorming e lavoro di gruppo, tutti i partecipanti hanno contribuito allo sviluppo della struttura del curriculum e hanno identificato le aree chiave di formazione che gli imprenditori agroalimentari richiedono per diventare più competenti digitalmente.

Il curriculum e i risultati del progetto associato forniranno agli educatori VET risorse educative per trasformare le pedagogie VET che supporteranno gli imprenditori agroalimentari rurali attraverso la transizione digitale del settore. Nutrire e supportare questi attori chiave nell'ecosistema agroalimentare è un passo vitale per sostenere il settore.

Indice	
Panoramica del corso	4
Obiettivo e finalità del corso	4
Risultati di apprendimento	5
Raccomandazioni per lo sviluppo del corso	5
Sviluppo imprenditoriale	5
Pedagogia	6
Metodologie di valutazione	6
Progettazione del corso	7
Descrittori dei moduli	8
Modulo principale 1	10
Modulo principale 2	14
Modulo principale 3	19
Modulo principale 4	24
Modulo principale 5	28
Moduli opzionali	31

## Panoramica del corso

Titolo dle corso	Promuovere il Design Thinking con gli Imprenditori Agroalimentari
Livello	5 ECF
Ponderazione	30
Metodo di erogazione del corso	Ibrido / Apprendimento misto
Ore teoriche	100 ore per ogni 10 crediti

## Obiettivo del corso

L'obiettivo principale del corso è fornire agli educatori VET i materiali e le risorse necessari per promuovere il processo di Design Thinking con gli imprenditori agroalimentari. Il corso permetterà ai discenti di implementare il processo di Design Thinking nella loro attività agro alimentare e di integrare strategie aziendali per far progredire la loro impresa in un ambiente online e digitale. Fornirà agli imprenditori agroalimentari le conoscenze e le competenze necessarie per creare una presenza online per l'attività agroalimentare, consentendo loro di esplorare i mercati online e aumentare la loro base di clienti.

## Obiettivi del corso

1. Sviluppare risorse educative che supportino l'avanzamento dell'educazione agroalimentare introducendo il Design Thinking come strumento per equipaggiare i produttori agroalimentari a sviluppare il loro business online
2. Sviluppare una comprensione del processo di Design Thinking con gli imprenditori agroalimentari e il potenziale impatto che può avere nell'avanzamento del settore agroalimentare
3. Supportare l'inclusione degli imprenditori agroalimentari rurali nella transizione digitale del settore
4. Sviluppare mentalità imprenditoriali tra le persone che cercano opportunità nel settore alimentare
5. Utilizzare ambienti di apprendimento esperienziale e peer to peer per sviluppare competenze di Design Thinking rilevanti per la creazione di imprese nel settore alimentare
6. Fornire un'esperienza educativa per gli studenti che sia orientata all'azione e alla riflessione e che migliori la comprensione del processo di Design Thinking da parte dei laureati
7. Consentire agli studenti di analizzare criticamente l'industria alimentare e sviluppare intuizioni sul settore che permettano loro di sviluppare opportunità o di facilitare altri a sfruttare le opportunità

## Risultati di apprendimento previsti

- Sviluppare una comprensione del processo di Design Thinking e riconoscerne e promuoverne l'applicazione con gli imprenditori agroalimentari e le loro attività
- Identificare e comprendere le barriere e le sfide percepite dagli educatori VET e dagli imprenditori in relazione alle tecnologie digitali
- Riconoscere le lacune nell'educazione agroalimentare riguardo alla digitalizzazione delle loro attività e conoscere le opportunità di apprendimento pertinenti
- Identificare le competenze specifiche necessarie per creare una presenza online
- Dimostrare una comprensione approfondita dei principi di marketing e pubblicità per costruire e far crescere una base di clienti
- Identificare le esigenze attuali del mercato
- Comprendere il processo di Design Thinking e saperlo incorporare in una gamma di pratiche aziendali
- Costruire la consapevolezza del marchio e creare una presenza sui social media che rappresenti accuratamente il loro marchio e permetta loro di interagire con i clienti target
- Identificare quando e come espandere la loro attività
- Essere equipaggiati con conoscenze essenziali riguardanti le questioni legali relative alla nutrizione, legislazione alimentare e sicurezza, rivendicazioni sanitarie, etichettatura dei prodotti, imballaggio e sviluppo

## Raccomandazioni per lo sviluppo del corso

L'obiettivo principale di questo curriculum è supportare gli educatori VET nel promuovere il Design Thinking con gli imprenditori agroalimentari. Il curriculum include una panoramica dello sviluppo e della struttura di un corso di cinque moduli che equipaggia gli imprenditori agroalimentari con le conoscenze su come implementare il processo di Design Thinking per creare una piattaforma online per la loro attività. Il curriculum include anche un elenco di moduli opzionali suggeriti che supportano la trasformazione digitale degli imprenditori agroalimentari.

Il discente tipico può variare da un agricoltore/produttore alimentare che cerca di migliorare le proprie competenze digitali, agli educatori VET che insegnano lo stesso. Il corso dovrebbe essere offerto in uno stile di apprendimento misto per consentire un ambiente di apprendimento flessibile adatto agli stili di vita attuali dei discenti. Il corso dovrebbe incoraggiare l'apprendimento pratico basato su workshop e l'apprendimento autodiretto. Lo stile di insegnamento tradizionale, pesante sulla teoria, deve essere evitato durante questo corso e sostituito da un apprendimento flessibile guidato dai pari per facilitare le esigenze dei discenti. Il successo del corso dipenderà dall'uso di mentori esterni e imprenditori della comunità alimentare e agricola. Ogni modulo dovrebbe includere un contributo significativo da fonti esterne per dare un vero senso di coinvolgimento e autenticità, fondamentale per supportare gli imprenditori alimentari nello sviluppo della loro attività online. Il lavoro sulla loro idea imprenditoriale incoraggerà gli studenti a utilizzare la loro comunità nell'implementazione delle cinque fasi del processo di Design Thinking.

## Sviluppo imprenditoriale

Le attività coinvolte nell'imprenditorialità sono molte e ampiamente varie, comprendendo l'identificazione delle esigenze di mercato, la visualizzazione di nuove idee, il loro ulteriore sviluppo e applicazione, il monitoraggio della loro progressione e successo, e l'ulteriore perfezionamento e adattamento per meglio soddisfare le esigenze dei clienti target. Gli imprenditori giocano un ruolo importante nella società e possono supportare l'economia a livello locale e nazionale. Intraprendere un'attività imprenditoriale è spesso considerato rischioso e richiede un alto livello di automotivazione. Supportare gli imprenditori e la loro mentalità unica è un aspetto cruciale per sostenere lo sviluppo economico della società. I processi imprenditoriali richiedono una combinazione di competenze hard e soft. Le prime includono competenze come l'analisi dei dati, il marketing e la gestione dei progetti, mentre le seconde comprendono la comunicazione, il lavoro di squadra e la creatività. Tra le competenze soft degli imprenditori c'è la resilienza, che attraverso ambienti di apprendimento basati sulle sfide e pratici può essere ulteriormente sviluppata e rafforzata. Attraverso la facilitazione e le pratiche riflessive, i discenti di questo curriculum saranno supportati per migliorare le abilità intra- e inter-personali degli imprenditori.

## Pedagogia

Questo corso utilizzerà un approccio misto nella sua erogazione. Questi approcci includono:

- **Lezione frontale:** Lo stile tradizionale di lezione frontale sarà utilizzato, ma in una proporzione ridotta rispetto al contenuto complessivo del corso.
- **Apprendimento peer-to-peer:** Questo faciliterà e nutrirà una dinamica di gruppo e un approccio comunitario allo sviluppo.
- **Apprendimento esperienziale:** I discenti saranno coinvolti in scenari di apprendimento attraverso l'azione in modo sicuro ma stimolante.
- **Facilitazione:** Mentre i gruppi guideranno una parte significativa dei risultati di apprendimento, i facilitatori guideranno e supporteranno discussioni, dibattiti e interazioni dei discenti.
- **Riflessione:** La pratica della riflessione sarà regolarmente raccomandata durante il programma per garantire che i discenti analizzino continuamente il loro rapporto con il contenuto del programma e il suo contesto.

## Metodologie di valutazione

Per valutare il miglioramento delle conoscenze e delle competenze dei discenti, si suggeriscono le seguenti metodologie di valutazione:

- **Documenti riflessivi:** I discenti possono completare documenti riflessivi relativi alle loro intuizioni ed esperienze personali durante il corso. Poiché queste sono esperienze personali, le risposte variano ampiamente, pertanto questi documenti dovrebbero essere valutati su una base di passaggio o fallimento.

- **Relazioni di progetto:** I discenti possono completare relazioni di settore come parte di un team per favorire e incoraggiare una dinamica di squadra. Tali documenti comprenderanno descrizioni di metodologie, risultati desiderati e azioni potenziali per miglioramenti futuri.

Questi possono essere valutati e segnati su una base percentuale in cui ogni discente riceve il proprio voto.

- **Presentazioni di progetto:** Individualmente, ogni discente può completare una presentazione e una relazione di progetto basata sull'implementazione del processo di Design Thinking. La valutazione dovrebbe includere la struttura della relazione, la rilevanza, l'implementazione e le competenze generali di presentazione, come l'uso di supporti visivi e la capacità di rispettare i tempi.
- **Valutazioni continue:** Durante il corso, i discenti possono partecipare a più valutazioni continue, ciascuna specificamente progettata per essere riflessiva del modulo precedentemente insegnato.
- **Badge digitali:** I moduli derivanti da questo curriculum saranno accompagnati da badge digitali, disponibili al completamento, in riconoscimento del raggiungimento del discente. Sarà assegnato un badge aggiuntivo ai discenti che completeranno tutti e quattro i moduli.

**Progettazione del Corso/struttura modulare/ programma del Corso**

Il corso sarà composto da 5 moduli principali



## Descrizioni dei moduli

### Modulo 1: Introduzione al Design Thinking

Il modulo uno è progettato per fornire al discente un'introduzione al processo di Design Thinking e a come può essere adattato per sostenere la crescita di un'attività agroalimentare online. La metodologia del Design Thinking è un approccio comprovato che qualsiasi organizzazione, impresa o professione può adattare per identificare nuove opportunità, acquisire nuove prospettive e intuizioni e sviluppare soluzioni innovative per le sfide esistenti. Questo modulo fornirà ai discenti le conoscenze necessarie per implementare l'approccio del Design Thinking per supportare lo sviluppo della loro attività agroalimentare online.

### Modulo 2: Scoperta del Cliente

Il modulo due consiste in tre sessioni individuali, che mirano a supportare gli imprenditori agroalimentari nell'individuare e comprendere le esigenze dei loro clienti. I discenti saranno guidati su come sviluppare un profilo cliente, ottenere una visione delle esigenze del gruppo target e comprendere meglio i loro comportamenti d'acquisto. Durante tutto il modulo e le attività di apprendimento associate, ai discenti sarà richiesto di implementare i primi due passaggi del processo di Design Thinking "Empatizzare" e "Definire". Attraverso il passaggio dell'empatia del processo, i discenti analizzeranno le osservazioni fatte dal profilo del cliente per comprendere le esigenze dei clienti. Il modulo consentirà ai discenti di acquisire una comprensione personale delle sfide dei clienti e creare una dichiarazione di problema attuabile.

### Modulo 3: Pubblicità e Marketing Online

Il modulo tre consiste in quattro sessioni individuali, che guideranno il discente nello sviluppo della propria identità di marca e delle strategie di marketing per sviluppare la propria attività online. I discenti acquisiranno comprensione e conoscenza dei comportamenti d'acquisto dei propri clienti e svilupperanno campagne pubblicitarie per supportare lo sviluppo dell'attività. Il modulo tre incorpora il passaggio "Ideare" del Design Thinking, incoraggiando i discenti a pensare creativamente alla costruzione della propria identità di marca e alle strategie di pubblicità online. I discenti parteciperanno a sessioni di brainstorming per esplorare idee e approcci diversi, considerando la demografia del proprio pubblico e le piattaforme digitali dove poterli trovare. Abbracciando l'innovazione, i discenti renderanno unica la loro marca e utilizzeranno gli strumenti digitali in modo efficace per raggiungere un pubblico più ampio ed espandere il proprio mercato.

### Modulo 4: Analisi e Interpretazione dei Dati

Il modulo quattro consiste in tre sessioni individuali che si concentreranno sulla protezione, raccolta e analisi dei dati. Esplorerà diversi metodi di analisi dei dati e come i risultati possono informare la presa di decisioni nello sviluppo aziendale. Il modulo quattro è collegato ai passaggi "Prototipo e Test (e Rifinire)" del processo di Design Thinking. I discenti implementeranno i passaggi del Design Thinking per prototipare e testare l'analisi dei dati e utilizzarli efficacemente per prendere decisioni informate per rifinire i propri approcci, garantendo che le esigenze dei clienti siano soddisfatte nello sviluppo di nuovi prodotti o servizi.

### **Modulo 5: Legislazione Alimentare**

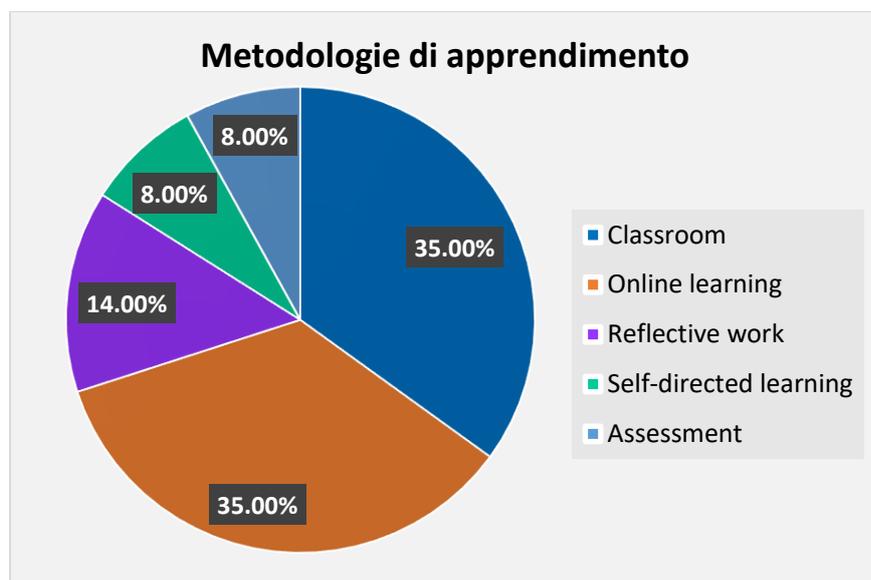
Il modulo cinque consiste in tre sessioni individuali che si concentreranno sulle leggi alimentari generali e sulle normative aziendali. Alcune regolamentazioni possono essere specifiche per l'azienda, quindi a seconda del tipo di attività, potrebbe essere necessario ulteriore sviluppo del corso. Il modulo esplorerà anche le considerazioni legali riguardanti l'istituzione e la registrazione dell'azienda.

Il Modulo Uno è progettato per fornire al discente un'introduzione al processo di Design Thinking e a come può essere adattato per sostenere la crescita di un'attività agroalimentare online. La metodologia del Design Thinking è un approccio comprovato che qualsiasi organizzazione, impresa o professione può adattare per identificare nuove opportunità, acquisire nuove prospettive e intuizioni e sviluppare soluzioni innovative per le sfide esistenti. Questo modulo fornirà ai discenti le conoscenze necessarie per implementare l'approccio del Design Thinking per supportare lo sviluppo della loro attività agroalimentare online.

**Al termine di questo modulo, i discenti saranno in grado di:**

1. Sviluppare una comprensione di come implementare il processo di Design Thinking
2. Dimostrare una comprensione delle cinque fasi del processo di Design Thinking e della loro interdipendenza
3. Riconoscere l'applicazione del Design Thinking nei settori agroalimentari e sviluppare una comprensione dei suoi benefici

**Metodologie di apprendimento**



Metodologie di apprendimento
Aula
Apprendimento online
Lavoro riflessivo
Apprendimento autodiretto
Valutazione
Totale

Argomento	Titolo	Settimana
1	Introduzione al Design Thinking	1
2	Sviluppare una comprensione dei cinque passaggi nel design thinking	2-6
3	Capire come applicare i metodi del Design Thinking al settore agroalimentare	7-8

**Sessione 1: un'introduzione al Design Thinking per gli imprenditori agroalimentari**

**Descrizione:** I discenti svilupperanno le loro conoscenze del processo di Design Thinking e come possono implementarlo per aiutare a sviluppare la propria attività agroalimentare online.

**Risultati di apprendimento:**

Al termine della sessione uno, i discenti saranno in grado di:

- Comprendere cos'è il processo di Design Thinking
- Essere consapevoli dei benefici dell'utilizzo del processo di Design Thinking
- Comprendere gli errori comuni commessi nel processo di Design Thinking e come superarli

Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse Esterne
Introduzione al Design Thinking	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Introdurre il design thinking Che cos'è?	Design Thinking for <a href="#">Educators</a> Toolkit  Design Thinking for <a href="#">Change</a>
I benefici del Design Thinking	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Definire quattro modi in cui il processo di Design Thinking potrebbe migliorare la tua attività	<a href="#">The benefits of Design Thinking</a>  <a href="#">10 benefits of using Design Thinking for innovation</a>
Elementi da considerare nel Design Thinking	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Identificare gli elementi da considerare durante l'esecuzione del processo di Design Thinking	<a href="#">What are the most common mistakes to avoid when using design thinking in product design?</a>

**Sessione 2: sviluppare una comprensione delle cinque fasi del Design Thinking**

**Descrizione:** I discenti svilupperanno la loro conoscenza del processo di Design Thinking a 5 fasi e come possono implementarlo per aiutare a sviluppare la propria attività agroalimentare online.

**Risultati di apprendimento:**

Al termine della sessione due, i discenti saranno in grado di:

- Comprendere e implementare le cinque fasi del Design Thinking.
- Essere consapevoli delle attività coinvolte nelle diverse fasi del processo di Design Thinking.

Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Comprendere le cinque fasi nel design thinking, ossia Empatizzare, Definire, Ideare, Prototipare, Testare	Lezioni online, Analisi di materiale supplementare	Dimostrare una comprensione delle cinque fasi del processo di Design Thinking Identificare l'interdipendenza delle cinque fasi. Applicare la pratica riflessiva e essere in grado di applicare le fasi appropriate a una sfida aziendale attuale	An Introduction to Design Thinking <a href="#">How Design Thinking Builds Empathy, Gives Purpose and Honors Educators   EdSurge News</a>
Le attività delle fasi del Design Thinking	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Per ogni fase del processo di Design Thinking, delineare un possibile obiettivo chiave di quella fase e un'attività che potrebbe essere svolta per raggiungere tale obiettivo In gruppi, implementare ogni fase del processo di Design Thinking su un'azienda scelta (fittizia se nessuna persona nel gruppo ha un'azienda esistente)	<a href="#">The 5 stages of Design Thinking</a> <a href="#">The Design Thinking Process – activities for each stage</a>

**Sessione 3: comprendere come applicare I metodi del Design Thinking al settore Agri-Food**

**Descrizione:** I partecipanti svilupperanno la loro conoscenza del processo di Design Thinking e come possono implementarlo per aiutare ulteriormente lo sviluppo della propria attività agroalimentare.

**Risultati di apprendimento:**

Al termine della sessione tre, i partecipanti saranno in grado di:

- Comprendere come incorporare il processo di Design Thinking nelle attività aziendali agroalimentari

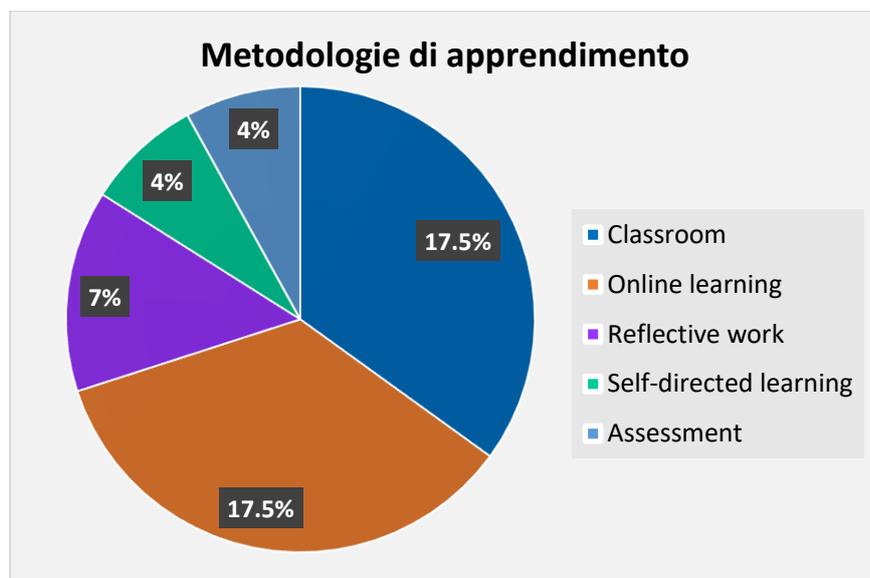
Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Comprendere come applicare metodi al settore Agri-Food	Lezioni in aula, Lezioni online, Apprendimento autodiretto.	Riconoscere l'applicazione appropriata del Design Thinking e sviluppare una comprensione dei suoi benefici e limiti in tutto il settore Agri-Food.	Facilitating Design Thinking to support Food System <a href="#">Transformation</a>  <a href="#">Digital innovation ecosystems in agri-food: design principles and organizational framework (sciencedirectassets.com)</a>

Il modulo due consiste in 3 sessioni individuali, che mirano a supportare gli imprenditori agroalimentari nell'identificare e comprendere le esigenze dei loro clienti. I discenti saranno guidati su come sviluppare un profilo cliente, ottenere una visione delle esigenze del gruppo target e comprendere meglio i loro comportamenti d'acquisto. Durante tutto il modulo e le attività di apprendimento associate, ai discenti sarà richiesto di implementare i primi due passaggi del processo di Design Thinking "Empatizzare" e "Definire". Attraverso il passaggio dell'empatia del processo, i discenti analizzeranno le osservazioni fatte dal profilo del cliente per comprendere le esigenze dei clienti. Il modulo consentirà ai discenti di acquisire una comprensione personale delle sfide dei clienti e creare una dichiarazione di problema attuabile.

**Al termine del modulo, i discenti:**

1. Avranno completato un profilo cliente dettagliato per comprendere meglio i propri clienti target, compresi i più appropriati palette di colori e parole chiave per attrarli e identificato le tendenze chiave rilevanti per il loro mercato di riferimento.
2. Avranno una comprensione dettagliata delle esigenze, interessi e comportamenti dei loro clienti target.
3. Implementeranno con successo i passaggi Empatizzare e Definire del processo di pensiero del design per comprendere le esigenze dei loro clienti e definire una dichiarazione di problema attuabile.

**Metodologie di apprendimento**



Metodologie di apprendimento
Aula
Apprendimento online
Lavoro riflessivo
Apprendimento autodiretto
Valutazione
Totale

Sessione	Titolo	settimana
1	Sviluppo di un profilo cliente	1
2	Comprensione del cliente	1, 2
3	Rispondere alle esigenze del cliente	3, 4

## Sessione 1: sviluppo di un profilo cliente

**Descrizione:** Gli apprendenti completeranno un dettagliato profilo cliente per comprendere meglio le esigenze dei loro clienti e identificare le palette di colori più appropriate e le parole chiave per attirare i clienti online.

### Risultati di apprendimento:

Al termine della sessione uno, gli apprendenti:

- Comprendranno come definire il loro cliente.
- Avranno sviluppato una panoramica del loro tipico cliente in un documento in stile "profilo cliente", delineando informazioni come la fascia d'età, il genere, i principali fattori di stile di vita, ecc.
- Avranno identificato le tendenze chiave presenti nel loro mercato di riferimento.

Programmi indicativi			
Agomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Definire il mercato di riferimento	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	comprendere le classificazioni dei clienti (sistema A-J) secondo Europa technologies Identificare un mercato di riferimento Differenziare la persona di riferimento e il mercato di riferimento Creare una persona di riferimento	<a href="#">Identifying a target market</a> <a href="#">A comprehensive guide to finding your target audience</a> <a href="#">Target market vs target customer</a> <a href="#">Target customers (Italy)</a> <a href="#">Identifying targets (Italy)</a>
Sviluppare un profilo cliente	Lezioni online, Analisi di materiale supplementare	Creare una mappa di empatia del cliente Creare un profilo cliente dettagliato	<a href="#">How to create a customer profile</a> <a href="#">Customer profile templates and tools</a> <a href="#">Customer profiles</a>
Identificare le tendenze chiave	Lezioni in aula, Lezioni online, Apprendimento autodiretto	Comprendere le tendenze attuali e future tra i clienti irlandesi	<a href="#">Irish Customer Insights Pulse Survey</a> <a href="#">Future of Irish food</a> <a href="#">5 factors influencing Irish customers</a>

**Sessione 2: comprendere il cliente**

**Descrizione:** I partecipanti acquisiranno una comprensione approfondita delle esigenze, interessi e comportamenti dei propri clienti target. Ciò li aiuterà a garantire che le esigenze dei propri clienti target siano soddisfatte e che interagiscano con loro in modo stimolante e accattivante.

**Risultati di apprendimento:**

Al termine della sessione due, i partecipanti saranno in grado di:

- Aver indagato sulle caratteristiche principali e sui comportamenti del loro mercato di riferimento.
- Comprendere il modo migliore per coinvolgere i clienti.

Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	attività	Risorse esterne
Caratteristiche e comportamenti dei clienti	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Comprendere i diversi tipi di clienti Per ogni tipo di cliente, evidenziare quali sono i fattori più importanti che influenzano le loro abitudini di acquisto Indagare quando, dove e come coinvolgere al meglio il cliente target	<a href="#">Customer types</a>  <a href="#">Europa Customer Profiles for Ireland</a>  <a href="#">Understanding Irish customers in an evolving retail marker</a>  <a href="#">SafeFood food behaviours</a>  <a href="#">Decoding customer behaviour guide (Italy)</a>
Coinvolgimento con i clienti	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Diventare familiari con la terminologia, le frasi e le parole chiave che attraggono e distraggono il cliente target Diventare competenti nello sviluppare messaggi e conversare con il cliente target	<a href="#">Ways to better engage with customers</a>

**Sessione 3: rispondere alle esigenze del cliente**

**Descrizione:** I partecipanti identificheranno i bisogni e i desideri dei clienti e definiranno il modo migliore per rispondere ad essi. Impareranno come rispondere al meglio a questi in modo che i risultati siano allettanti e catturino l'attenzione dei clienti target, distinguendo il proprio prodotto/servizio dagli altri sul mercato.

**Risultati di apprendimento:**

Al termine della sessione tre, i partecipanti saranno in grado di:

- Identificare i bisogni comuni dei loro clienti target.
- Riconoscere le questioni chiave che i clienti cercano di risolvere attraverso i loro acquisti.
- Essere in grado di sviluppare il loro prodotto e marketing per attirare i clienti rispondendo alle loro esigenze.

Programmi indivcativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Identificazione delle esigenze dei clienti	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Indagare ed esplorare vari bisogni comuni dei clienti e quelli specifici del proprio cliente target Identificare le tendenze attuali e future e le esigenze associate ai propri prodotti/servizi	<a href="#">Customer needs analysis definition and best practices</a>  <a href="#">6 strategies to identify and respond to customer needs</a>  <a href="#">16 types of customer needs</a>  <a href="#">Bord Bia 5 resources to understand customers and the global cost of living crisis</a>  <a href="#">Linkedin How to identify and respond to emerging needs and trends</a>
Definire il problema (dei clienti)	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Sottolineare i problemi chiave che il cliente target potrebbe avere quando si tratta di effettuare acquisti Sviluppare una forte risposta a ciascun deterrente all'acquisto del cliente target	<a href="#">Customer behaviours and purchasing approaches</a>  <a href="#">Buying behaviour as problem solving</a>  <a href="#">Conducting a competitor's analysis</a>

		<p>Indagare sulle opzioni simili già disponibili e individuare come le proprie possano essere migliorate per diventare più allettanti per il cliente target</p> <p>Definire una dichiarazione di problema attuabile</p>	
<p>Rispondere alle esigenze dei clienti</p>	<p>Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto</p>	<p>Ricerca dei bisogni attuali e previsti tra i propri clienti target</p> <p>Indagare su come questi clienti affrontano tali bisogni</p> <p>Identificare modi per coinvolgere i clienti mentre i loro bisogni sono evidenti e comunicare loro in modo tempestivo e pratico la propria soluzione</p>	<p><a href="#">Trend forecasting overview</a></p> <p><a href="#">Responding to customer needs</a></p>

**Modulo 3: Pubblicità e marketing online**

5 ECTS (50 ore teoriche)

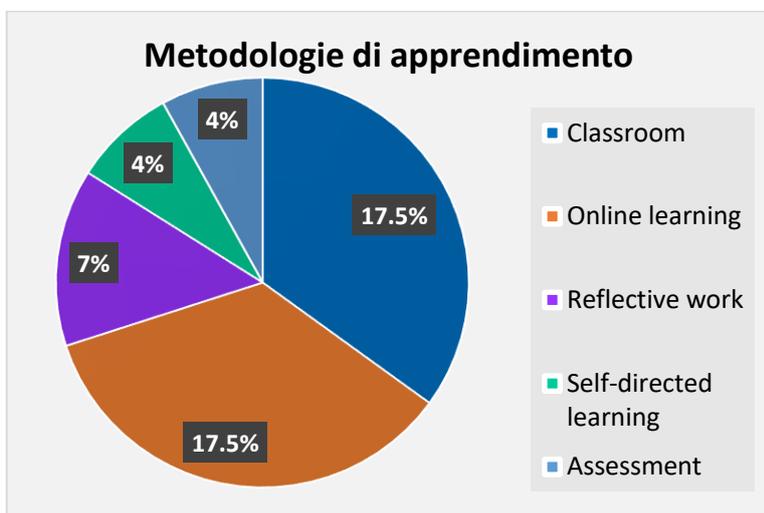
Il modulo tre è composto da 4 sessioni individuali, che guideranno gli apprendisti nello sviluppo dell'identità del proprio marchio e nelle strategie di marketing per sviluppare il proprio business online. Gli apprendisti acquisiranno comprensione e conoscenza dei comportamenti d'acquisto dei propri clienti e svilupperanno campagne pubblicitarie per sostenere lo sviluppo aziendale.

Il modulo tre incorpora il passaggio "Ideare" del pensiero progettuale, incoraggiando gli apprendisti a pensare creativamente alla costruzione dell'identità del proprio marchio e alle strategie di pubblicità online. Gli apprendisti parteciperanno a sessioni di brainstorming per esplorare idee e approcci diversi, considerando la demografia del loro pubblico e le piattaforme digitali dove possono trovarlo. Abbracciando l'innovazione, gli apprendisti renderanno unico il proprio marchio e utilizzeranno gli strumenti digitali in modo efficace per raggiungere un pubblico più ampio e ampliare il proprio mercato.

**Al termine del modulo, gli apprendisti saranno in grado di:**

1. Avere identificato e sviluppato la propria identità di marca specifica utilizzando il passaggio "Ideare" del processo di pensiero progettuale.
2. Avere comprensione dei comportamenti d'acquisto dei clienti.
3. Stabilire e attuare strategie di marketing online efficaci per espandere il proprio business.

**Metodologie di apprendimento**



Metodologie di Apprendimento
Lezioni in aula
Apprendimento online
Lavoro riflessivo
Apprendimento autodiretto
Valutazione
<b>Totale</b>

Sessione	Titolo	Settimana
1	Sviluppo dell'identità del marchio	1
2	Strategie di pubblicità e marketing	2,3
3	Identificazione delle opportunità di collaborazione	4
4	Espansione del mercato	5,6

**Sessione 1: sviluppo dell'identità del marchio**

**Descrizione:** Gli apprendisti acquisiranno una comprensione dettagliata su come sviluppare e migliorare l'identità del proprio marchio con materiali aggiuntivi (logo, palette di colori, ecc.) che riflettono il proprio brand.

**Risultati di apprendimento:**

Al termine della sessione uno, gli apprendisti saranno in grado di:

- Implementare il passaggio "Ideare" del pensiero progettuale per sviluppare il marchio aziendale online.
- Essere consapevoli dell'importanza e dell'uso degli elementi visivi nella propria identità di marca.
- Comprendere come creare un portfolio di marchio.
- Sapere come proteggere l'identità del proprio marchio.

Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Elementi visivi del marchio (logo, colori, caratteri, ecc.)	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Idea - sessioni individuali e di gruppo Selezione delle idee utilizzando il metodo delle quattro categorie Selezione dei Post It Priorità delle idee Identificare i messaggi chiave che si desidera trasmettere attraverso gli elementi visivi associati al proprio marchio Indagare su attività commerciali simili già esistenti, esplorare i loro elementi visivi del marchio e confrontarli con i propri	<a href="#">Brand identity example – Ireland’s Hidden Heartlands</a>  <a href="#">7 questions to consider before getting a new brand identity</a>  <a href="#">Crafting a Unique Brand Identity for Your Irish Food Business</a>
Creazione di un portfolio di marchio	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Familiarizzare con vari elementi visivi e cosa suggeriscono al cliente Creare un documento di elementi visivi del marchio (portfolio del	<a href="#">What is a brand portfolio</a>  <a href="#">Creating a brand portfolio</a>

		marchio) da utilizzare in diverse situazioni (pubblicità online, campagne sui social media, confezionamento dei prodotti, ecc.)	
Protezione dell'identità del marchio	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Sottolineare i passaggi necessari per proteggere l'identità del proprio marchio e come procedere per farlo Identificare marchi con elementi visivi simili e assicurarsi che i propri differiscano significativamente	<a href="#">Trademark protection in the EU</a> <a href="#">Protecting your trademark</a>

## Sessione 2: strategie di pubblicità e marketing

**Descrizione:** Gli apprendisti acquisiranno una comprensione dei comportamenti d'acquisto dei clienti, dei loro gusti e delle loro antipatie, e come interpretare questi dati per aumentare le vendite. Attraverso l'ideazione, gli apprendisti faranno un brainstorming su strategie di pubblicità e marketing adattate alle abitudini d'acquisto dei loro clienti target identificati.

### Risultati di apprendimento:

Al termine della sessione due, gli apprendisti saranno in grado di:

- Ideare per identificare vari canali di marketing digitale e quali sono più adatti alla loro attività.
- Comprendere i vantaggi dello sviluppo e dell'attuazione di una campagna di marketing.
- Sviluppare una strategia di marketing per la propria attività.

Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Canali di marketing digitale	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Identificare i vari metodi per il marketing e la pubblicità Definire i metodi promettenti per il marketing e la	<a href="#">Digital marketing channels overview</a> <a href="#">Guide to digital marketing channels</a> <a href="#">Candyweb online sales support (Poland)</a>

		pubblicità sui diversi canali	
Campagne di marketing	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Ideazione come nella sessione 1 Creare modelli per future campagne di marketing e pubblicità Indagare su metodi potenziali per aumentare l'interazione e le risposte alla pubblicità e al marketing (concorsi, ecc.)	<a href="#">Professional marketing</a> <a href="#">How marketing can increase revenue (Italy)</a> <a href="#">Marketing strategies (Italy)</a> <a href="#">Marketing blogposts (Italy)</a>
Sviluppo di una strategia di marketing	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Sviluppare una strategia per il marketing (frequenza di pubblicazione sui social media, frequenza di cambiamento di una campagna di marketing, ecc.)	<a href="#">Developing a marketing strategy</a>

### Sessione 3: identificare delle opportunità lavorative

Descrizione: Gli apprendisti metteranno in atto il passaggio di Ideazione del processo di Design Thinking per esplorare opportunità collaborative con altre imprese come metodo per coinvolgere nuovi e vecchi clienti e promuovere la propria attività online.

#### Risultati di apprendimento:

Al termine della sessione tre, gli apprendisti saranno in grado di:

- Comprendere i vantaggi delle opportunità collaborative per la promozione e lo sviluppo dell'attività.
- Identificare collaborazioni potenziali che possono sostenere la crescita della propria attività.
- Essere familiari con gli elementi di una collaborazione.

Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne

<p>Comprendere il potenziale della collaborazione aziendale</p>	<p>lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto</p>	<p>Sessione di ideazione come nella sessione 1 Identificare i pro e i contro della collaborazione Identificare marchi simili al tuo e indagare sulle loro collaborazioni precedenti, cosa è stato di successo e cosa no</p>	<p><a href="#">Failte Ireland marketing guide</a></p> <p><a href="#">ASAI code of standards for advertising and marketing communications in Ireland</a></p> <p><a href="#">Advertising in Ireland</a></p>
<p>Identificazione delle collaborazioni potenziali</p>	<p>Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto</p>	<p>Sessione di ideazione Identificare marchi e aziende con cui potenzialmente collaborare in futuro</p>	<p><a href="#">Identifying potential business partners</a></p> <p><a href="#">Growth marketing through partnerships</a></p>
<p>Sviluppare le collaborazioni</p>	<p>Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto</p>	<p>Sessione di ideazione Con 3 marchi precedentemente identificati, elencare potenziali modi in cui potresti collaborare con loro, come beneficeresti e come beneficerebbero loro Elencare i tuoi criteri per collaborare (costi, numero di post sui social media, ecc.) Identificare eventuali problemi che potrebbero sorgere durante la collaborazione ed esplorare possibili soluzioni</p>	<p><a href="#">Brand collaborations and how to find a partner</a></p> <p><a href="#">Finding successful brand collaborations</a></p>

## Sessione 4: espansione del mercato

**Descrizione:** Gli apprendisti acquisiranno una comprensione di come far crescere la propria attività oltre il livello nazionale.

### Risultati di apprendimento:

Al termine della sessione quattro, gli apprendisti saranno in grado di:

- Definire il panorama di mercato
- Comprendere le leggi relative al commercio internazionale
- Implementare strategie per ampliare la propria base clienti

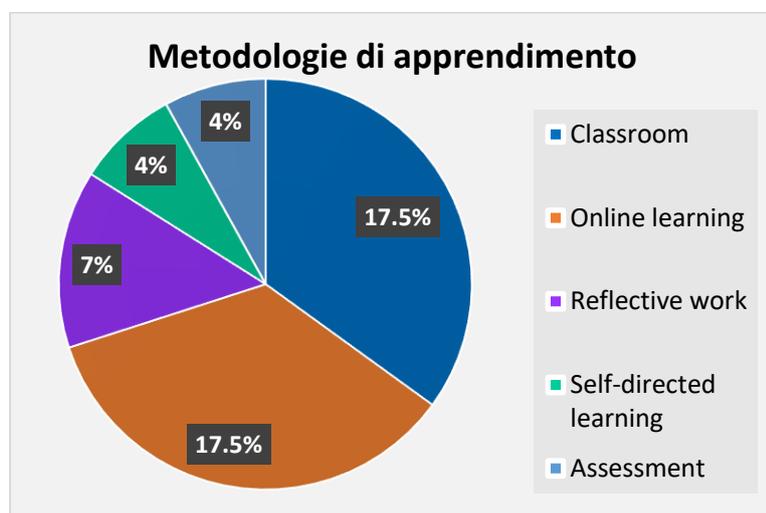
Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Comprendere i mercati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Esplorare il mercato in cui si intende espandersi	<a href="#">Enterprise Ireland</a>
Leggi e regolamenti	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Comprendere le leggi internazionali sul commercio e sulle vendite Indagare sui pro e i contro dell'assunzione di personale all'estero per rappresentare la propria attività	<a href="#">Internationalisation (Italy)</a> <a href="#">Advantages to internationalisation (Italy)</a> <a href="#">How to expand your business (Italy)</a>
Raggiungere i consumatori target	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Identificare metodi per raggiungere e connettersi con i propri consumatori target all'estero	<a href="#">Effectively reaching your target audience</a> <a href="#">Reaching a global audience</a> <a href="#">Marketing to international consumers</a>

**Modulo 4: Analisi e interpretazione dei dati**  
5 ECTS (50 ore teoriche)

Il modulo quattro consiste in tre sessioni individuali che si concentreranno sulla protezione, raccolta e analisi dei dati. Esplorerà diversi metodi di analisi dei dati e come i risultati possono informare le decisioni di sviluppo aziendale. Il modulo quattro è collegato con i passaggi "Prototipo e Test (e Rifinisci)" del processo di pensiero progettuale. Gli apprendisti implementeranno i passaggi del Pensiero Progettuale Prototipo e Test per analizzare i dati e utilizzarli efficacemente per prendere decisioni informate per perfezionare i loro approcci, garantendo che le esigenze dei clienti siano soddisfatte nello sviluppo di nuovi prodotti o servizi.

**Al termine del modulo quattro, gli apprendisti saranno in grado di:**

- Conoscere i vari tipi di dati che possono essere raccolti dai clienti
- Implementare il processo di pensiero progettuale per interpretare tali dati e informare le decisioni di sviluppo aziendale.
- Esplorare le metodologie di protezione e analisi dei dati.
- Ottenere una visione delle caratteristiche positive e negative dei vari tipi di dati e dei metodi di analisi dei dati.



Metodologie di Apprendimento	Or To
Lezioni in aula	17,
Apprendimento online	17,
Lavoro riflessivo	7
Apprendimento autodiretto	4
Valutazione	4
<b>Totale</b>	<b>50</b>

Sessione	Titolo	Settimana
1	Introduzione alla raccolta dati	1
2	Analisi e interpretazione dei dati	2,3
3	L'impatto dei dati sul business	4

**Sessione 1: introduzione alla raccolta dati**

**Descrizione:** I partecipanti acquisiranno conoscenze e comprensione dei vari tipi di dati che possono raccogliere come imprenditori agroalimentari dai clienti online. L'implementazione dell'analisi e interpretazione dei dati supporterà lo sviluppo aziendale e informerà le decisioni aziendali sullo sviluppo di nuovi prodotti.

**Risultati di apprendimento:**

Al termine della sessione, i partecipanti saranno in grado di:

- Comprendere i vari tipi di dati che un'azienda online può raccogliere per monitorare il progresso aziendale online, le vendite, il marketing e i comportamenti d'acquisto
- Sviluppare e implementare politiche di protezione dei dati
- Interpretare i dati per lo sviluppo aziendale

Programmi indicative			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Tipologie di dati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Conoscere i diversi tipi di dati che un'azienda può utilizzare per monitorare il suo progresso Identificare i vantaggi e gli svantaggi dei vari tipi di dati	<a href="#">Failte Ireland performance management tools</a>  <a href="#">Failte Ireland key performance indicators</a>
Conservazione dei dati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Capire come conservare in modo sicuro e protetto i dati Esaminare le leggi relative alla conservazione, alla cancellazione e alla cancellazione dei dati	<a href="#">Data storage (Italy)</a>
Uso dei dati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Definire 3 indicatori chiave di performance o tipi di dati adatti alla propria attività specifica Sviluppare un piano su quanto spesso si verificheranno gli obiettivi e lo sviluppo del progetto	<a href="#">Key performance indicators and examples</a>  <a href="#">Examples of key performance indicators to use for a better business</a>

**Sessione 2: analisi e interpretazione dei dati**

**Descrizione:** Acquisire la capacità di prototipare e testare i dati raccolti e utilizzarli efficacemente per prendere decisioni informate al fine di perfezionare i propri approcci, garantendo che le esigenze dei clienti siano soddisfatte nello sviluppo di nuovi prodotti o servizi.

**Risultati di apprendimento:**

Al termine della sessione due, gli apprendisti saranno in grado di:

- Comprendere come utilizzare i vari dati che possono essere raccolti per un'azienda per monitorare il suo sviluppo.
- Essere in grado di interpretare i risultati delle analisi dei dati.
- Avere fiducia nella propria capacità di utilizzare i dati e la loro interpretazione per perfezionare e apportare cambiamenti positivi all'interno dell'azienda.

Programmi indicative			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Analisi dei dati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Comprendere i vari tipi di dati e come possono essere utilizzati per analizzare lo sviluppo aziendale	<a href="#">7 types of data in business and their uses</a>  <a href="#">Introduction to data analysis (Italy)</a>
Interpretazione dei dati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Per i principali tipi di dati identificati, comprendere come possono essere utilizzati e interpretati per cambiare le attività di un'azienda	<a href="#">Data analysis types and what they mean</a>  <a href="#">Data and business analytics</a>
Utilizzo dei dati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Per le misure di performance e i dati indicati per la tua specifica azienda, definire i vari risultati potenziali di condurre queste analisi e le azioni che intraprenderesti per perfezionarle a seconda dei risultati	<a href="#">Using data analytics</a>

### Sessione 3: l'impatto dei dati nel business

**Descrizione:** La sessione tre esplora tutti gli aspetti che la raccolta e l'analisi dei dati possono avere sullo sviluppo e sulla crescita di un'azienda. Implementando i passaggi "Prototipo e Test (Raffinamento)", i partecipanti analizzeranno e interpreteranno i dati per perfezionare le loro strategie aziendali. Il test consentirà loro di valutare gli impatti positivi e negativi che i dati hanno avuto sul business.

#### Obiettivi di apprendimento:

Al termine della sessione tre, i partecipanti saranno in grado di:

- Comprendere gli aspetti positivi e negativi dell'utilizzo dei dati per il monitoraggio e lo sviluppo aziendale.
- Esplorare l'esternalizzazione delle loro analisi dei dati.

Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Aspetti positivi dei dati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Definire approfonditamente gli aspetti positivi di ciascun tipo di dati più adatto alla propria attività	<a href="#">How data is changing businesses</a>
Aspetti negativi dei dati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Definire approfonditamente gli aspetti negativi di ciascun tipo di dati più adatto alla propria attività Indagare su come superare eventuali problemi o aspetti negativi dei metodi di analisi	<a href="#">Pros and Cons of business analytics</a>
Acquisizione esterna di analisi dei dati	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Esplorare le varie opzioni per l'outsourcing dell'analisi dei dati aziendali Definire i pro e i contro dell'outsourcing dell'analisi dei dati Identificare 2 potenziali opzioni di outsourcing che si potrebbero considerare per future analisi dei dati	<a href="#">Why you might hire a data analyst</a>  <a href="#">Intellect software provider (Poland)</a>

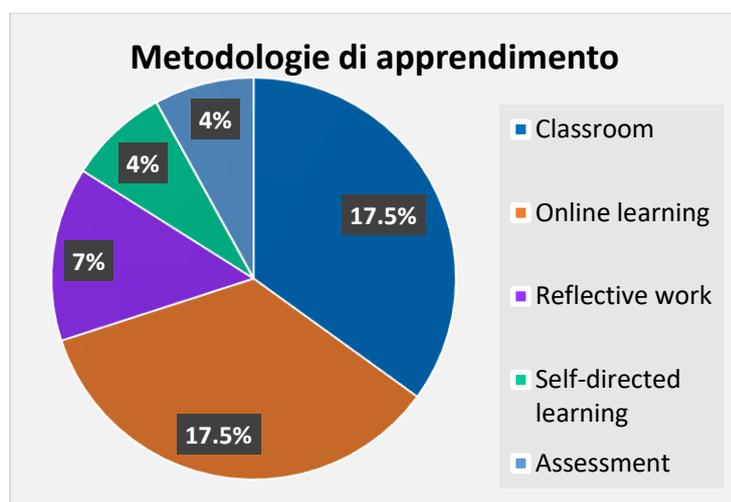
**Modulo 5: Legislazione e Regolamentazione dell'Agroalimentare**

5 ECTS (50 ore previste)

Il modulo cinque è composto da tre sessioni individuali che si concentreranno sulle leggi alimentari generali e sui regolamenti commerciali. Alcune leggi e regolamenti sono specifici per le imprese, quindi a seconda del tipo di attività, potrebbe essere necessario ulteriore sviluppo del corso.

**Al termine del modulo cinque, gli studenti saranno in grado di:**

1. Conoscere le leggi alimentari generali in Europa.
2. Comprendere il ruolo dell'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare.
3. Comprendere gli aspetti legali dell'istituzione e dello sviluppo di un'azienda agroalimentare.



Metodologie di Apprendimento	Ore Totali
Lezioni in aula	17,5
Apprendimento online	17,5
Lavoro riflessivo	7
Apprendimento autodiretto	4
Valutazione	4
<b>Totale</b>	<b>50</b>

Sessione	Titolo	Settimana
1	Legislazione Alimentare Generale in Europa	1,2
2	L'Autorità per la Sicurezza Alimentare in Europa	2,3
3	Legalità della creazione e sviluppo di un'impresa agroalimentare	4,5

**Sessione 1: legge alimentare generale in Europa**

**Descrizione:** La prima sessione di questo modulo illustra le leggi alimentari generali in Europa. Si consiglia l'apprendimento auto-diretto durante tutta la sessione per identificare e comprendere le leggi pertinenti per un determinato settore di attività.

**Risultati di apprendimento:**

Al termine della sessione uno, gli studenti saranno in grado di:

- Comprendere le leggi alimentari generali implementate in tutta Europa
- Essere informati sulle leggi alimentari specifiche per un tipo di attività
- Essere consapevoli di come la sicurezza alimentare viene gestita e monitorata dalla fattoria alla forchetta

Programmi indicative			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Legge Alimentare Generale	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento auto-diretto	Identificare le leggi alimentari generali in Europa che si applicano a tutte le aziende Identificare le leggi alimentari che riguardano specificamente la propria attività	<a href="#">General Food Law – European Commission</a>  <a href="#">Enforcing EU rules for the agri-food chain</a>
Sicurezza Alimentare dalla Fattoria alla Forchetta	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento auto-diretto	Illustrare come la sicurezza alimentare viene monitorata durante il processo dalla fattoria alla forchetta	<a href="#">Ensuring Food Safety in the European Union</a>

**Sessione 2: l'autorità europea per la sicurezza alimentare**

**Descrizione:** La seconda sessione di questo modulo si concentra sulla sicurezza alimentare in Europa, come ad esempio garantire che i prodotti siano idonei al consumo umano. Similmente al modulo precedente, le attività dell'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare e della Commissione Europea varieranno a seconda del tipo di attività.

**Risultati di Apprendimento:**

Al termine della sessione due, i partecipanti:

- Saranno consapevoli dei ruoli e delle responsabilità dell'Autorità Europea per la Sicurezza Alimentare
- Comprendranno il coinvolgimento della Commissione Europea nel garantire la sicurezza alimentare in Europa
- Capiranno le leggi e i regolamenti specifici per la propria attività

Programmi indicativi			
Argomento	Metodologie	Attività	Risorse esterne
L'Autorità per la Sicurezza Alimentare, i suoi ruoli e responsabilità	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Definire i ruoli e le responsabilità dell'Autorità per la Sicurezza Alimentare in Europa	<a href="#">European Food Safety Authority</a>
La Commissione Europea sulla Sicurezza Alimentare	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Tracciare il ruolo della Commissione Europea in relazione alla sicurezza alimentare Identificare come ciò possa essere correlato alla tua attività e alle sue pratiche	<a href="#">European Commission on Food Safety</a>

### Sessione 3: aspetti legali dell'istituzione e dello sviluppo di un'attività agroalimentare

**Descrizione:** La terza sessione di questo modulo si concentra sugli aspetti legali e normativi relativi all'istituzione di un'attività agroalimentare. Introdurrà il processo di denominazione e registrazione di un'azienda, esplorerà le normative sui datori di lavoro e sui luoghi di lavoro e sulle leggi a tutela dei consumatori.

#### Risultati di apprendimento:

Al termine della sessione tre, i partecipanti:

- Saranno informati sul processo legale coinvolto nell'istituzione e nello sviluppo di un'attività agroalimentare
- Avranno una comprensione dettagliata delle varie leggi sui luoghi di lavoro e sulle strutture pertinenti alla loro attività specifica.

Programmi indicativi			
Argomento	Metodologia	Attività	Risorse esterne
Introduzione ai termini	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Comprendere il significato di vari termini e il loro contesto	<a href="#">Citizens Information legal terms explained</a> <a href="#">Glossary of legal terms</a> <a href="#">A plain English guide to legal terms</a>
Introduzione ai termini	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Conoscere le normative relative alla denominazione di un'azienda, ai suoi termini e frasi associati Familiarizzare con gli strumenti disponibili online per verificare la disponibilità di nomi aziendali, nomi di dominio del sito web e nomi sui social media	<a href="#">Business naming regulations (Ireland example)</a> <a href="#">Legal guide in business naming (Ireland example)</a> <a href="#">Company name restrictions (Irish example)</a>
Requisiti per la formazione e l'avvio di un'azienda	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Sviluppare una checklist dei documenti legali richiesti durante l'avvio di un'azienda Mappare le fasi legali coinvolte nell'avvio di un'azienda	<a href="#">Requirements for company formation in Ireland – Company Bureau</a> <a href="#">Starting a business</a> <a href="#">Step-by-step guide to setting up a business in Ireland</a>

			<a href="#">Legal documents a business needs in Ireland</a>
Leggi sul lavoro	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Comprendere le leggi sul lavoro nel proprio paese Identificare le leggi chiave più importanti relative al proprio tipo di attività (ad esempio, leggi sull'igiene alimentare per una società di catering) Comprendere le leggi relative all'assunzione di personale nel proprio paese	<a href="#">Employment laws in Ireland</a>  <a href="#">Guide to employment, labour and equality law Ireland</a>  <a href="#">Employing people in your business in Ireland</a>  <a href="#">Revenue Ireland hiring an employee</a>  <a href="#">National tax information (Poland)</a>  <a href="#">Government website (Poland)</a>
Diritti dei consumatori	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autodiretto	Indagare su un caso precedente in cui un'azienda simile alla propria non ha rispettato i diritti dei consumatori, e come è stata risolta la questione, le implicazioni legali, gli effetti a lungo termine ecc. e cosa avrebbe potuto essere fatto diversamente per evitare la situazione	<a href="#">Consumer rights in Ireland</a>

## Moduli opzionali

A seconda dei settori specifici dell'agroalimentare (agricoltura, sviluppo di prodotti alimentari, ecc.), alcuni moduli opzionali possono essere di grande valore per gli apprendisti. Questi varieranno tra i settori

Moduli opzionali	Argomento	Metodologia	Attività	Dettagli
1	Sicurezza informatica	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Definire le potenziali minacce alla sicurezza informatica, come evitarle e come affrontarle in caso di necessità	<a href="#">National Cyber Security Centre Ireland</a>
2	Utilizzo di SEO	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Sviluppare una strategia di ricerca SEO e comprensione di come ciò possa favorire la crescita aziendale	<a href="#">Local SEO Ireland</a>
3	Sicurezza alimentare	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Elenca i principi chiave della sicurezza alimentare e le leggi ad essa relative	<a href="#">Food Safety Authority of Ireland</a>  <a href="#">Citizen's information Ireland – Food safety</a>  <a href="#">NSAI Food Standards Ireland</a>
4	Portali di vendita	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Definire 3 portali di vendita chiave rilevanti per la tua attività e come utilizzarli al meglio	<a href="#">Circular Living Ireland</a>  <a href="#">Donedeal Ireland</a>  <a href="#">Adverts Ireland</a>
5	Competenze settoriali	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Identificare le competenze che si ritengono debbano essere rafforzate Identificare le risorse che potrebbero essere utilizzate per migliorare queste competenze	
6	Insegnamento online	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Familiarizzare con le piattaforme di insegnamento online Essere consapevoli degli strumenti e delle risorse online disponibili per supportare	<a href="#">DCU teaching online resource bank Ireland</a>

			l'insegnamento online	
7	Competenze di insegnamento	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Esplorare vari stili di apprendimento e insegnamento e identificare come questi possono essere incorporati nei curricula per soddisfare i vari tipi di apprendimento finale	<a href="#">Teaching and Learning Ireland</a>
			<a href="#">S.O.F.I.A.</a>	teachers training courses to enrich cultural background, portfolio, skills. exchanging and matching supply / demand.
			<a href="#">SCUOLA FUTURA</a>	I moduli di formazione sono divisi in 3 aree tematiche (Didattica Digitale, STEM e Multilinguismo, Disuguaglianze Territoriali).
			<a href="#">PUNTO IMPRESA DIGITALE</a>	Dedicato a diffondere la cultura e la pratica della diffusione digitale nelle Micro Piccole e Medie Imprese (MPMI) di tutti i settori economici.
			<a href="#">SOLOFORMAZIONE</a>	Aggrega corsi di formazione specifici per insegnanti.
			<a href="#">SCUOLA.NET</a>	Iniziative educative gratuite, esplorare percorsi innovativi su tematiche legate alle varie discipline.
			<a href="#">DEASCUOLA</a>	Lo sviluppo del corpo docente e per la realizzazione di progetti formativi.

			<a href="#">ARETE'</a>	Offerta di corsi online e cicli di webinar per insegnanti orientati verso l'integrazione delle tecnologie.
			<a href="#">SOCIAL ACADEMY</a>	Supporto nella creazione di prodotti formativi digitali: contenuti per corsi video online, corsi audio, riprese video e post-produzione, testi, grafica, ebook, presentazioni personalizzate.
			<a href="#">LEARN ONLINE</a>	Si tratta di una piattaforma di e-Learning progettata per semplificare la formazione sul web.
			<a href="#">NETWORK DIGITAL 360</a>	Rete di pubblicazioni e portali B2B dedicati alle tematiche della trasformazione digitale e dell'innovazione imprenditoriale.
8	Leggi specifiche del paese	Lezioni online, Lezioni in aula, Apprendimento autonomo	Definire le leggi specifiche del paese in cui si trova l'attività	<a href="#">Company and corporate law in Ireland</a>