



MASTER UNIVERSITARIO IN STRATEGIE E MARKETING PER LE IMPRESE DEL FOOD AND WINE

I LIVELLO - EDIZIONE XVIII
A.A. 2023 – 2024

Presentazione

L'agroalimentare, comparto strategico per l'economia nazionale, assiste a una molteplicità di trasformazioni che richiedono un adeguamento delle strategie delle imprese del primario, della trasformazione e della distribuzione. La varietà e variabilità dei comportamenti di consumo sono state amplificate dalla globalizzazione e dall'influenza dei mezzi di comunicazione digitale. La pandemia ha accelerato alcune trasformazioni strutturali del settore –si pensi al commercio elettronico–, ha influenzato i comportamenti d'acquisto e introdotto incertezza sui canali di approvvigionamento. Le incertezze geopolitiche e nuovi imperativi, come la sostenibilità nella cornice delle strategie del Green New Deal – From Farm to Fork, rendono il quadro ancor più complesso e sfidante.

In questo scenario, **le imprese del Food and Wine** e delle filiere complementari (dal turismo alla tecnologia per il food) **esprimono la richiesta di figure professionali innovative** in possesso di conoscenze **approfondite sulle specificità del sistema agroalimentare**, sulle **caratteristiche del prodotto** e delle filiere. A queste, si aggiunge la necessità di conoscere e saper valorizzare storia e cultura dei territori del food italiano.

Obiettivo del Master in Strategie e Marketing per le Imprese del Food and Wine è la **formazione di una figura manageriale** in grado di inserirsi con efficacia nel campo della **valorizzazione** e della **promozione all'estero del food and wine italiani**, del **marketing** e della **comunicazione** del comparto, con particolare attenzione alla trasformazione digitale delle imprese, ai modelli di business e alle strategie orientati alla sostenibilità.

Il programma prevede la collaborazione con **importanti partner del settore** attraverso **visite aziendali**, casi di studio, **attività laboratoriali** e una **Summer School**.

Obiettivi

Il percorso formativo è strutturato in modo da affrontare, attraverso un **approccio multidisciplinare**, i diversi aspetti cruciali per l'evoluzione dell'agroalimentare italiano: nuovi modelli di business, nuove modalità di relazione e comunicazione con i clienti con attenzione particolare al potenziale del

digitale, sostenibilità, competenze utili alla valorizzazione dei saperi tradizionali e delle culture dei territori, export e forme originali di presidio dei mercati internazionali.

INSEGNAMENTI

Il sistema agroalimentare

L'insegnamento intende delineare le caratteristiche del sistema agro-alimentare in relazione ai caratteri differenziali del prodotto, all'evoluzione del comportamento del consumatore, alla struttura economica, gestionale ed organizzativa delle imprese. Approfondisce, inoltre, aspetti legislativi e di politica comunitaria relativi alla qualità, tipicità e sicurezza dei prodotti nel sistema agro-alimentare. Un modulo è dedicata allo studio dei diversi canali distributivi, anche innovativi, in relazione alle specificità del prodotto. L'insegnamento si articola in tre moduli:

- 1. Modelli di consumo alimentare;**
- 2. Caratteristiche del sistema agroalimentare italiano;**
- 3. Politiche della qualità e prodotti tipici.**

Ore lezione: 42

Management e Marketing per l'agrifood Made in Italy

L'insegnamento introduce gli studenti agli strumenti e alle tecniche del management strategico, con particolare attenzione al raccordo esistente tra decisioni inerenti al modello di business, le strategie di marketing e le concrete iniziative di promozione e commercializzazione. L'insegnamento si articola nei seguenti moduli:

- 1. Strategia e business model design.** Gli studenti apprenderanno, con un mix di approfondimenti teorici e **problem-based learning**, gli strumenti strategici fondamentali, con una particolare attenzione alla progettazione di modelli di business sostenibili nel medio-lungo termine e innovativi.
- 2. Marketing management.** Il modulo introduce gli studenti al marketing strategico, prestando particolare attenzione alla sua funzione di raccordo e interfaccia tra produzione/offerta ed evoluzione socio-culturale della domanda. Vengono forniti approfondimenti sui metodi e sulle tecniche di comunicazione e promozione del prodotto/servizio enogastronomico, sulle principali modalità di pianificazione delle iniziative di comunicazione e promozione, sulle modalità di gestione di budget e progetti promozionali.
- 3. Web marketing e web strategy.** Il modulo avvia gli studenti all'esplorazione degli strumenti degli strumenti del digitale al servizio della promozione, del marketing e del commercio online del made in Italy agroalimentare.
- 3. Bilancio e contabilità.** Il modulo introduce gli studenti alle conoscenze fondamentali per la costruzione e la lettura del bilancio, con la finalità di comprendere come le principali dinamiche gestionali vi trovino rappresentazione.

Ore lezione: 120

Digital Marketing

L'insegnamento espone gli studenti alle principali strategie e tecniche della comunicazione e della promozione del *food* sui canali digitali. In particolare, l'insegnamento mira a fornire agli studenti una preparazione sulle principali leve del marketing in rete (*content marketing, storytelling, seo/sem, social media marketing*) e alle misure e alle tecniche principali per la misurazione delle performance. L'insegnamento si articola in cinque moduli:

- 1. Content marketing;**

2. Social media marketing;
3. SEO/ Sem;
4. Storytelling;
5. Performance management.

Ore lezione: 36

Storia e cultura dell'agroalimentare

Agricoltura e cibo, modelli alimentari e governo delle risorse agrarie nel corso dei secoli e nelle diverse civiltà hanno sempre presentato una forte connessione.

È importante conoscere quando e come un prodotto e una pratica alimentare sono divenuti partecipi di quel processo evolutivo che costruisce l'identità e la tradizione di una comunità. L'insegnamento è finalizzato a far conoscere sia i momenti salienti della storia dell'agricoltura italiana, sia gli elementi basilari dei diversi sistemi alimentari: **una grammatica che permetterà allo studente di appropriarsi degli strumenti conoscitivi e interpretativi per poter decifrare i diversi regimi alimentari che nei secoli, fino ai nostri giorni, hanno sostanziato le comunità urbane e contadine e, quindi, interpretare molti 'perché' della realtà attuale.** La didattica prende in considerazione gli elementi di storia dell'agricoltura e dell'alimentazione; l'antropologia dell'alimentazione; le connessioni individuabili dal rapporto cibo e letteratura, teatro, cinema; tra cibo e filosofia, religione e arte; aspetti della storia dell'editoria culinaria.

L'insegnamento si articola nei seguenti moduli:

1. Storia del cibo
2. Culture del cibo nella globalizzazione.

Ore lezione: 30

Internazionalizzazione delle imprese agroalimentari

L'insegnamento si propone di affrontare le tematiche relative ai processi di internazionalizzazione delle imprese agroalimentari. Saranno discussi, anche attraverso interventi specialistici, presupposti, logiche strategiche e strumenti operativi.

L'insegnamento si articola nei seguenti moduli:

1. Strategie internazionali;
2. International Entrepreneurship
3. Marketing internazionale ed export

Ore lezione: 54

Filiere agroalimentari e prodotti tipici

L'insegnamento intende offrire, con riferimento alle principali filiere agroalimentari (vino, lattiero-caseario, olio, etc...) un panorama il più possibile dettagliato su **aspetti produttivi** (dalle tecniche agronomiche ai processi di trasformazione della materia prima), **proprietà nutrizionali**, **classificazioni merceologiche**, utilizzo degli alimenti in cucina e abbinamenti. Verranno forniti alcuni **principi dell'analisi sensoriale** e strumenti atti ad individuare i principali elementi di **attrazione dei territori di produzione** (*terroir*, paesaggio).

L'insegnamento si articola nei seguenti moduli:

1. Filiera vino e distillati
2. Filiera Lattiero-casearia
3. Filiera Olio
2. Filiera Paesaggi e Terroir

Ore lezione: 120

Hospitality per l'agroalimentare

L'insegnamento intende indagare le possibili sinergie tra produzioni agroalimentari tipiche locali, valori di *terroir* e turismo. Da una conoscenza di base dei meccanismi di gestione che regolano il settore turistico si passa allo sviluppo di un'indispensabile visione interdisciplinare, utile per interpretare il fenomeno del turismo enogastronomico nelle sue diverse componenti identitarie e geografico-culturali, progettuali e gestionali, di prodotto, segmentazione e target, nell'ottica della qualità, sostenibilità e personalizzazione delle esperienze di degustazione e di visita. In particolare si mira a dare una formazione teorico-pratica per l'accoglienza e l'ospitalità nelle aziende che intendono avvicinarsi al turismo, nonché per l'organizzazione e gestione di eventi, anche a livello territoriale, legati all'enogastronomia. Infine, vengono fornite competenze per la realizzazione di itinerari e soggiorni da sviluppare attorno ad un prodotto centrale fortemente legato alla tradizione locale, ma orientato alla valorizzazione dell'intero contesto territoriale. L'insegnamento si articola in tre moduli:

1. **Il turismo enogastronomico;**
2. **Il prodotto turistico enogastronomico: componenti e specificità;**
3. **Organizzazione e gestione di un eventi.**

Ore lezione: 48

Attività Laboratoriale

La didattica del Master si caratterizza per l'integrazione tra lezioni tradizionali e attività laboratoriali. In particolare, diversi moduli didattici prevedono dei mini laboratori svolti in collaborazione con le aziende partner. Inoltre, gli studenti prenderanno parte a un laboratorio di innovazione aperta della durata di 8 settimane sempre in collaborazione con le aziende partner del Master.

Durata e crediti formativi (CFU)

Il Master ha una durata annuale e prevede:

- **450 ore di didattica** (in modalità Blended)
- **300 ore di stage** (i partecipanti già impegnati professionalmente nel settore, possono sostituire lo stage con la stesura di un project work mirato sulle attività d'interesse)
- **1125 ore totali di impegno didattico** comprensive di studio individuale ed elaborazione della tesi finale
- **60 CFU** riconosciuti

Titolo rilasciato

Allo studente che abbia frequentato le attività didattiche, svolto le attività di tirocinio, superato le eventuali verifiche intermedie e la prova finale, sarà conferito **il titolo di Master universitario di I livello in Strategie e Marketing per le Imprese del Food and Wine.**

Periodo di svolgimento

FEBBRAIO 2024 – DICEMBRE 2024

Planning didattico

Da febbraio a luglio: fase di didattica full time in presenza dal lunedì al venerdì dalle ore 9:30 alle ore 16:30. Il calendario didattico verrà consegnato individualmente con congruo anticipo.
Da agosto a dicembre: fase di stage e di lavoro sul project work o tesi finale.

Modalità didattica

Blended: 30% dei contenuti del corso potranno essere erogati attraverso piattaforme digitali.

Lingua

Italiano

Frequenza

La frequenza è obbligatoria per il 70% del monte ore e verrà monitorata dallo staff del master. Il conseguimento del titolo è subordinato al completamento delle attività, tra le quali rientrano anche eventuali prove intermedie, lo stage/project work e al superamento della prova finale. Gli studenti lavoratori impegnati nel settore di pertinenza del Master potranno chiedere il riconoscimento dell'attività lavorativa come sostitutiva del tirocinio.

Sede del corso

Ca' Foscari Challenge School
via della Libertà 12, 30175 Venezia (Parco Vega)

Requisiti d'ammissione

PRIMO LIVELLO

/ Laurea/Diploma universitario pre-riforma

/ Laurea triennale

/ Titolo universitario straniero equivalente con indirizzo conforme, previa approvazione del Collegio dei docenti

Domanda d'ammissione

Per presentare la propria candidatura è necessario compilare la domanda di ammissione online i cui dettagli sono definiti all'art. 3 del bando unico di Ateneo. Verranno considerate esclusivamente le candidature corredate da tutta la documentazione richiesta. Il bando ed i relativi allegati sono presenti e scaricabili nella scheda web del Master stesso.

Modalità di selezione

Una commissione appositamente nominata valuterà le candidature attraverso l'analisi del CV e dei titoli presentati e un'intervista in presenza o in videoconferenza (data, ora e sede verranno opportunamente comunicati via mail con congruo anticipo).

Nell'ambito della selezione i criteri valutativi saranno: il titolo di studio, le esperienze professionali, le conoscenze inerenti ai temi del master e la motivazione.

Per concorrere all'aggiudicazione di eventuali borse di studio si rimanda alla pagina web dedicata al Master.

Ammissibilità laureandi

Possono essere ammessi al corso anche studenti in procinto di laurearsi purché necessariamente conseguano il titolo entro un mese dall'inizio dell'attività didattica. In questo caso l'iscrizione al Master potrà essere perfezionata solo dopo il conseguimento del titolo valido per l'accesso.

È prevista l'iscrizione per uditori, non in possesso di titolo di Laurea, che conseguiranno un attestato di frequenza.

Posti disponibili

Il numero di posti disponibili è: **30***

**L'attivazione del Master è subordinata al raggiungimento di almeno 15 iscrizioni*

Quota di partecipazione: € 8.500

/ 1a rata **17/12/2023**: € 4.266 (comprensiva di marca da bollo da € 16)*

/ 2a rata **30/04/2024**: € 4.250

** Il costo della marca da bollo non è rimborsabile.*

Contributo di selezione: € 36 (comprensivo di marca da bollo del valore di 16€)

Non rimborsabile, da versare entro il **3 dicembre 2023** in sede di presentazione della domanda di ammissione, tramite PagoPA.

Il mancato versamento del contributo comporta l'esclusione del processo di selezione e l'eventuale ammissione al Master.

Facilitazioni allo studio

Le informazioni relative alle borse di studio a copertura totale o parziale del contributo d'iscrizione, laddove previste, vengono aggiornate attraverso la pagina web dedicata al Master.

Sono previsti prestiti da Istituti bancari convenzionati con l'Ateneo (per informazioni: <http://www.unive.it/pag/8560/>).

Iscrizione

PRESENTAZIONE DOMANDA DI AMMISSIONE (procedura on line art. 3 bando unico)

entro il 3 dicembre 2023

COMUNICAZIONE ESITO SELEZIONI

entro il 7 dicembre 2023

PERFEZIONAMENTO ISCRIZIONE (procedura on line art. 6 bando unico)

entro il 17 dicembre 2023

Avvio didattica: **seconda metà di febbraio 2024**

Direttore

Prof. Vladi Finotto

Coordinatore didattico

Prof.ssa Christine Mauracher

Informazioni

Per informazioni generali sul master, le procedure d'iscrizione, le modalità di accesso e gli stage è possibile rivolgersi al Project Manager del master.

Il Project Manager del Master

Dott. Lorenzo Paolini Manfucci
e-mail: lorenzo.paolini@unive.it

Il Tutor del Master

e-mail: tutor.mastercibo@unive.it

Ca' Foscari Challenge School - Segreteria Organizzativa dalle ore 9:00 alle ore 13:00
tel: 041 234 6853 e-mail: master.challengeschool@unive.it