



REGOLAMENTO DIDATTICO
del
Corso di Laurea Magistrale
in Food Innovation & Management

Art. 1 – Premessa

Università	Università degli Studi di SCIENZE GASTRONOMICHE
Classe	LM/GASTR - Scienze Economiche e Sociali della Gastronomia
Nome del corso in italiano Codice interno all'ateneo del corso	Management e Innovazione per l'Impresa Alimentare
Nome del corso in inglese	Food Innovation & Management
Lingua in cui si tiene il corso	inglese
Data di approvazione della struttura didattica	20/12/2017
Data di approvazione del senato accademico/consiglio di amministrazione	18/01/2018
Data della consultazione con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	<ul style="list-style-type: none">- 17-21/06/2016 - Seminario dedicato all'individuazione degli elementi potenzialmente costitutivi del quadro teorico di riferimento delle "Nuove" Scienze Gastronomiche- 19/12/2017 - Incontro con le Parti sociali - enti del territorio e aziende e associazioni facenti parte della rete di sostenitori dell'attività didattica e di ricerca dell'Ateneo - alle quali è stato presentato l'istituendo Corso di Laurea Magistrale in Food Innovation & Management
Date consultazioni successive con le organizzazioni rappresentative a livello locale della produzione, servizi, professioni	<ul style="list-style-type: none">- 7/11/2018 - Incontro con le Parti sociali - enti del territorio e aziende e associazioni facenti parte della rete di sostenitori dell'attività didattica e di ricerca dell'Ateneo
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	17/01/2018
Modalità di svolgimento	Corso di studio convenzionale
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea magistrale	https://www.unisg.it/corsi-iscrizioni/laurea-magistrale/
Facoltà di riferimento ai fini amministrativi	Scienze Gastronomiche
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 <ul style="list-style-type: none">- DM 16/3/2007, art 4- Nota MIUR 1063 del 29/04/2011
Numero massimo studenti per anno di corso	50

Per l'anno accademico 2021/2022, sono attivati il primo e secondo anno di corso.



Art. 2 – Obiettivi specifici del corso e descrizione del percorso formativo

<p>Obiettivi formativi specifici del corso</p>	<p>Il laureato magistrale in Food Innovation & Management acquisisce una cultura di tipo specialistico basata su una solida conoscenza del sistema gastronomico e acquisisce una serie di conoscenze analitiche e gestionali specifiche per il settore agroalimentare, che gli permettono di svolgere le seguenti attività:</p> <ul style="list-style-type: none">- operare in posizione manageriale - all'interno delle seguenti funzioni aziendali: pianificazione strategica, marketing, commerciale, sviluppo internazionale – in imprese che si occupano di produzione e commercializzazione di prodotti agroalimentari di qualità e che abbiano sviluppato un'offerta innovativa in termini di prodotti/servizi;- fornire un contributo rilevante, grazie alle competenze analitiche e specialistiche acquisite, nei processi decisionali all'interno di aziende specializzate nelle produzioni alimentari di qualità interconnesse con il territorio;- operare nel settore dell'editoria e dell'educazione, in particolare nel campo della informazione, comunicazione e promozione dei prodotti alimentari di qualità, con l'ausilio delle nuove tecnologie multimediali;- elaborare e coordinare, nell'ambito di istituzioni pubbliche o non governative, le politiche di sviluppo finalizzate alla valorizzazione del territorio, con particolare riferimento al settore agroalimentare;- operare nei settori che offrono risposta ai nuovi bisogni dell'economia sostenibile quali: il consumo critico e responsabile, il commercio equo e solidale, la filiera corta, la riduzione dell'impatto ambientale dei metodi e dei modelli di produzione agroalimentare;- progettare nuove forme di imprenditoria con capitale pubblico e privato nell'ambito della produzione alimentare di qualità nel rispetto dei vincoli ambientali e della sostenibilità sociale. <p>Il corso prevede un'articolazione in quattro semestri (due anni), gli insegnamenti sono distribuiti secondo una logica precisa che consente di fornire conoscenze multidisciplinari sinergiche all'interno dei semestri. Primo anno di corso: nel primo semestre sono concentrati gli insegnamenti che trasmettono conoscenze analitiche (qualitative e quantitative) con un focus sui sistemi agroalimentari e conoscenze in materia di comunicazione in chiave cross culturale in una prospettiva di sviluppo internazionale; nel secondo semestre si concentrano gli insegnamenti che trasmettono conoscenze di tipo gestionale e giuridico focalizzate sul settore agroalimentare.</p> <p>Secondo anno di corso: nel primo semestre vengono sviluppati gli insegnamenti con contenuti specialistici legati alla cultura e alla storia del cibo, vengono inoltre trasmesse conoscenze in materia di comunicazione e progettazione, mentre l'ultimo semestre è dedicato al tirocinio (internship) e allo sviluppo della tesi.</p> <p>Tutte le attività formative previste dalla Laurea Magistrale si tengono in lingua inglese in linea con un approccio multi-culturale e internazionale. Gli insegnamenti erogati si caratterizzano per una didattica attiva che prevede momenti di analisi e preparazione svolti singolarmente e in gruppo, presentazioni alla classe ed esercitazioni. Il corso prevede l'utilizzo di una piattaforma apposita per l'e-learning, fruibile da docenti e studenti su PC e sui dispositivi portatili, che supporta la didattica tradizionale in aula. Il percorso di studi si caratterizza per l'organizzazione di almeno due viaggi didattici durante il biennio che constano in visite e attività didattiche</p>
---	--



	<p>supervisionate da uno o più tutor presso produttori e aziende del settore agroalimentare. Gli studenti beneficiano di una formazione ad hoc ex ante (prima del viaggio) e di una attività di debriefing e razionalizzazione ex post (a conclusione del viaggio).</p> <p>Tra le altre attività didattiche, si segnala la presenza dei field project: trattasi di progetti applicati di carattere interdisciplinare realizzati da gruppi di studenti sotto la guida di un docente per conto di aziende e/o istituzioni nazionali o internazionali che conferiscono al gruppo di lavoro un formale mandato per l'analisi e per la soluzione di problematiche aziendali/gestionali/di comunicazione. Tali progetti, assimilabili nei contenuti a progetti di consulenza o di ricerca applicata, sono sottoposti a un processo strutturato di sviluppo con una verifica periodica dello stato di avanzamento e a un feedback formale da parte del committente.</p> <p>Il percorso di studi prevede la realizzazione di un tirocinio svolto in aziende o istituzioni con cui UNISG ha rapporti consolidati. La scelta del tirocinio viene effettuata attraverso un servizio di placement personalizzato per ciascuno studente che viene erogato dall'Ateneo, che si occupa di individuare il tirocinio più coerente con gli ambiti disciplinari a cui lo studente è maggiormente interessato e in cui verosimilmente svolgerà il lavoro di tesi.</p> <p>Tutti gli studenti del corso beneficiano del servizio di mentoring in cui hanno a disposizione un docente con cui si incontrano nel corso dell'anno accademico e a cui riferiscono sull'andamento del proprio percorso di studi. Il servizio di mentoring è posto sotto la direzione di un delegato del Rettore e di norma tutti gli incontri sono oggetto di verbalizzazione e archiviazione.</p>
--	---

Art. 3 – Risultati di apprendimento attesi (espressi tramite i descrittori europei del titolo di studio)

<p>Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)</p>	<p>Il Corso ha l'obiettivo di preparare laureati in grado di coniugare conoscenze analitiche di carattere qualitativo e quantitativo, con conoscenze specialistiche relative al settore agroalimentare, con conoscenze in ambito economico, gestionale e giuridico.</p> <p>Il laureato magistrale in Food Innovation & Management acquisisce conoscenze di tipo analitico che gli permettono di comprendere problematiche di mercato, problematiche di carattere aziendale, e problematiche macro-economiche, utilizzando sia strumenti analitici quantitativi sia strumenti analitici qualitativi.</p> <p>Grazie alle conoscenze specifiche in tema di storia e cultura del cibo, produzioni agroalimentari, processi di trasformazione del cibo, il laureato magistrale in Food Innovation & Management è in grado di comprendere i fenomeni sociali e culturali e di sviluppare soluzioni innovative alle problematiche riscontrate.</p> <p>Grazie alle conoscenze in materia gestionale e giuridica il laureato magistrale in Food Innovation & Management è in grado di implementare le soluzioni sviluppate comprendendo e valutando l'impatto economico, finanziario e giuridico.</p> <p>La valutazione dei singoli insegnamenti prevede una parte di verifica in aula, durante lo sviluppo dell'attività didattica, attraverso esercitazioni o assignment individuali e di gruppo ed una valutazione affidata all'esame finale, che, di norma, è scritto. Le esercitazioni o assignment individuali e di gruppo, previste nell'ambito degli insegnamenti, si svolgono, di norma, sulla base di casi empirici con un forte legame con l'attività di ricerca condotta in Ateneo.</p>
---	--



	<p>Anche gli esami hanno un taglio empirico, di applicazione di modelli e strumenti analitici a casi empirici.</p> <p>In questo modo s'intende stimolare lo sviluppo della capacità di comprensione delle problematiche di carattere aziendale e politico-sociale.</p>
<p>Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)</p>	<p>Il percorso formativo è stato progettato affinché il laureato magistrale in Food Innovation & Management possa svolgere le seguenti attività analitiche e gestionali:</p> <ul style="list-style-type: none">• progettare e condurre ricerche di mercato utilizzando diversi strumenti di raccolta ed elaborazione dei dati;• contribuire a gestire processi creativi e di innovazione nelle aziende del settore agroalimentare;• definire le politiche e le strategie operative di marketing nelle aziende del settore;• valutare l'impatto legale e sociale delle scelte strategiche ed operative. <p>Al fine di acquisire le capacità di applicare le conoscenze acquisite gli insegnamenti prevedono oltre la parte teorica una parte empirica/applicata (sottoposta ad uno specifico processo di verifica) attraverso la quale gli studenti possono sviluppare il know-how operativo necessario ad applicare le conoscenze acquisite.</p> <p>Tutto il percorso didattico è supportato dalla piattaforma di e-learning (Learning Management System) Blackboard Learn, dell'azienda Blackboard (la piattaforma più evoluta tra quelle disponibili a livello internazionale). Tutti gli insegnamenti impartiti beneficiano di una pagina dedicata della piattaforma che consente di effettuare una verifica dell'apprendimento con cadenza quotidiana, somministrando e correggendo assignment, lavori di gruppo ed individuali. Tutti gli insegnamenti impartiti prevedono la frequenza obbligatoria che viene rilevata attraverso una piattaforma informatica sviluppata ad hoc per UNISG che consente di verificare costantemente la partecipazione degli studenti alle attività didattiche.</p> <p>Il laureato magistrale apprende come applicare le conoscenze acquisite nell'ambito dei diversi insegnamenti sviluppando i field project, ovvero il progetto applicato per aziende ed istituzioni, durante il quale il processo di apprendimento è verificato attraverso tre momenti di confronto con il tutor del progetto e con il corpo docente.</p> <p>Un ulteriore metodo di apprendimento è costituito dal tirocinio formativo, nell'ambito del quale lo studente opera sotto la supervisione di un tutor accademico (un docente di ruolo o a contratto) e di un rappresentante dell'ufficio placement, a cui riferisce con cadenza almeno bisettimanale e che si occupano di verificare il corretto andamento del percorso di apprendimento delle conoscenze e competenze.</p>
<p>Autonomia di giudizio (Making judgements)</p>	<p>I laureati saranno in grado di fornire un contributo innovativo e rilevante nella progettazione di prodotti e servizi nel settore agroalimentare e di pianificazione di politiche di sviluppo nell'ambito di istituzioni pubbliche o non governative. I laureati saranno capaci di valutare criticamente i mutamenti micro e macroeconomici di specifici ambiti territoriali, al fine di intervenire con appropriate politiche di sviluppo, interpretando il valore della comunicazione tecnica e ideologica relativa agli alimenti e alla loro fruizione.</p> <p>Questa autonomia di giudizio è garantita da un approccio multidisciplinare e sistemico ai problemi della produzione ispirato ai criteri della durabilità e della sostenibilità, dagli insegnamenti relativi all'economia politica, dall'analisi critica</p>



	dei processi informativi in materia di consumi e da una costante attenzione ai fattori politico-ambientali. L'autonomia acquisita e verificata nelle attività di tirocinio è particolarmente importante ai fini dello sviluppo di capacità di giudizio e comportamento autonomo da parte del laureato
Abilità comunicative (Communication skills)	<p>Il piano formativo della Laurea Magistrale prevede l'insegnamento di competenze comunicative specifiche per il settore alimentare ed in particolare relative ai new media e ai network social. Il laureato, nel corso del biennio, è direttamente coinvolto in azioni di promozione nazionale ed internazionale di prodotti e servizi legati al settore agroalimentare.</p> <p>Il laureato magistrale sarà in grado di esprimersi in modo chiaro ed efficace in qualsiasi contesto; sarà in grado di fare una presentazione in pubblico utilizzando i più moderni strumenti informatici. Questa abilità sarà raggiunta attraverso la discussione e presentazione di risultati di ricerca empirica e casi in aula e/o nei lavori di gruppo, la presentazione in sede di accertamento delle conoscenze e attraverso la conduzione dei field project. La stesura della tesi di laurea offre inoltre un'ulteriore opportunità di approfondimento e di verifica delle abilità comunicative sviluppate.</p>
Capacità di apprendimento (learning skills)	<p>Il laureato magistrale avrà acquisito capacità di apprendimento che gli permetteranno di essere autonomo nell'approfondire e sviluppare le proprie conoscenze e competenze relative all'innovazione nel settore food & beverage. Tale capacità sarà acquisita attraverso la partecipazione all'attività didattica d'aula, (in particolare a quella di tipo partecipativo), il field project e le relative attività di ricerca empirica e sviluppo di soluzioni, lo studio individuale ed il lavoro di ricerca svolto per la stesura della tesi di laurea. La verifica del processo di apprendimento di queste conoscenze avviene prevalentemente attraverso le esercitazioni previste durante gli insegnamenti e gli esami previsti al termine degli stessi. In particolare le esercitazioni sono sviluppate sull'applicazione a problemi di carattere empirico dei modelli analitici illustrati in classe.</p>

Art. 4 - Sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

<p>Profilo 1. Marketing and innovation manager</p> <p>Funzione in un contesto di lavoro: Innovazione di prodotto, gestione della distribuzione, analisi del livello di soddisfazione dei clienti.</p> <p>Competenze associate alla funzione: Coordinamento dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e servizi e miglioramento di quelli esistenti</p> <ul style="list-style-type: none">- Analisi delle tecniche produttive e identificazione delle innovazioni da adottare- Identificazione dei canali distributivi, con particolare riguardo a quelli innovativi- Analisi dei consumatori e dei mercati- Sviluppo di piani di marketing <p>Sbocchi occupazionali:</p> <ul style="list-style-type: none">- Responsabile marketing- Responsabile innovazione/sviluppo nuovi prodotti- Responsabile commerciale/di canale distributivo- Customer relationship manager- Account manager- Quadro o dirigente all'interno di medie e grandi imprese del settore food (produzione e distribuzione), con particolare riguardo agli operatori che si collocano su una fascia di qualità
--



- medio/alta e con un'elevata propensione all'internazionalizzazione
- Quadro o dirigente all'interno di medie e grandi aziende ricettive con una forte caratterizzazione sul food system.

Profilo 2. Strategy and marketing consultant

Funzione in un contesto di lavoro:

Consulente aziendale in materia di processi produttivi e di commercializzazione del cibo, con particolare riguardo per la comunicazione del valore del prodotto e delle politiche aziendali.

Competenze associate alla funzione:

- Sviluppo e conduzione di ricerche di mercato relative al settore agroalimentare
- Sviluppo, pianificazione e conduzione di piani industriali e di piani di marketing per imprese del settore agroalimentare
- Supporto allo sviluppo di nuovi prodotti/servizi in ambito agroalimentare

Sbocchi occupazionali:

- Consulenza integrata per aziende medie o grandi del settore agroalimentare, con particolare riguardo per quelle interessate al rinnovamento della propria gamma produttiva ed alla più efficace comunicazione delle scelte operate a monte nella messa a punto del proprio prodotto

Profilo 3. Responsabile di programma-funziario in istituzioni pubbliche o non governative per lo sviluppo del territorio ed in particolare del settore agroalimentare

Funzione in un contesto di lavoro:

Responsabile o coordinatore di politiche di sviluppo territoriale, con particolare riguardo alla valorizzazione del territorio e delle produzioni enogastronomiche

Competenze associate alla funzione:

- Analisi di mercato e degli scenari economici e sociali
- Sviluppo di piani strategici
- Sviluppo di piani di comunicazione a supporto delle strategie pianificate
- Identificazione e gestione di strumenti di sostegno allo sviluppo economico

Sbocchi occupazionali:

- Impiegato, funzionario o dirigente in istituzioni pubbliche o non governative, nazionali o regionali che si occupano dello sviluppo del comparto agroalimentare, dello sviluppo delle potenzialità del territorio e della sua valorizzazione.
- Funzionario o dirigente in istituzioni pubbliche o non governative internazionali che si occupano di politiche di sviluppo agroalimentare.

Profilo 4. Responsabile/membro del team di pianificazione strategica

Funzione in un contesto di lavoro:

Supporto ai processi di pianificazione strategica, in particolare per quanto riguarda le politiche di crescita esterna e/o interna e la gestione della sostenibilità aziendale.

Competenze associate alla funzione:

- Analisi dello scenario competitivo, in particolare della domanda e dei concorrenti
- Identificazione delle opportunità di crescita interna (attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti e/o nuovi canali distributivi) e di crescita esterna attraverso l'acquisizione di concorrenti
- Sviluppo di piani industriali
- Analisi dei trend sociali e geopolitici e del loro impatto sulle imprese del settore agroalimentare
- Definizione delle linee guida delle politiche di comunicazione istituzionale



- Gestione dei rapporti con gli stakeholder istituzionali, quali gli interlocutori politici, le associazioni di consumatori e le NGO.

Sbocchi occupazionali:

- Responsabile o membro (quadro o dirigente) di team di pianificazione strategica all'interno d'impresе del settore agroalimentare di grandi dimensioni operanti nella produzione e/o distribuzione e/o somministrazione.
- CSR manager, manager con delega alla sostenibilità, manager con delega alle relazioni istituzionali.
- Gli sbocchi occupazionali si rivolgono alle imprese di grandi dimensioni che hanno strutture organizzative sufficientemente articolate per inserire laureati magistrali con questo tipo di profilo professionale.

Art. 5 – Conoscenze richieste per l'accesso e modalità di verifica

<p>Conoscenze richieste per l'accesso</p>	<p>Il Corso di Laurea Magistrale in Food Innovation & Management si propone come un corso di studi multidisciplinare, focalizzato sulle tematiche delle scienze gastronomiche declinate in ottica di gestione dell'innovazione sostenibile di prodotto, processo e consumo.</p> <p>Il Corso di Laurea Magistrale è istituito con un accesso programmato, definito annualmente. I candidati all'ammissione alla Laurea Magistrale verranno vagliati tramite l'esame del curriculum e dei titoli, un test analitico e un colloquio individuale.</p> <p>Il corso di studi è stato progettato per tenere conto delle conoscenze effettivamente in possesso di studenti provenienti da diversi Corsi di Laurea, interessati allo sviluppo di un percorso formativo orientato ai temi delle scienze gastronomiche.</p> <p>Sono ammessi al Corso di Laurea Magistrale:</p> <ul style="list-style-type: none">- laureati in possesso di un titolo di laurea triennale conseguito nell'ambito delle seguenti classi di laurea: <ol style="list-style-type: none">1. L-5 – Filosofia2. L-10 – Lettere3. L-12 - Mediazione linguistica4. L-14 - Scienze dei servizi giuridici5. L-15 - Scienze del turismo6. L-16 - Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione7. L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale8. L-20 - Scienze della comunicazione9. L-25 - Scienze e tecnologie agrarie e forestali10. L-26 – Scienze e tecnologie alimentari11. L-33 - Scienze economiche12. L-36 - Scienze politiche e delle relazioni internazionali13. L-42 – Storia14. L- GASTR Scienze, Culture e Politiche della Gastronomia e nelle corrispondenti classi previste dal DM 4 agosto 2000. <ul style="list-style-type: none">- laureati in possesso di un titolo di laurea magistrale a ciclo unico conseguito nell'ambito della classe di laurea LMG/01 - Classe delle lauree magistrali in giurisprudenza.
--	--



	<p>Possono altresì accedere al corso i laureati, provenienti da Classi di laurea triennale o specialistica, in classi diverse da quelle sopra specificate, previa delibera del Consiglio di Facoltà, che abbiano acquisito almeno 40 crediti, anche erogati in Master di Primo Livello, di cui:</p> <ul style="list-style-type: none">✓ almeno 15 crediti nei settori scientifico-disciplinari indicati nell'ambito delle Scienze Economiche, Sociali e Politiche: : SECS-P/01 - Economia politica; SECS-P/02 - Politica economica; SECS-P/06 - Economia applicata; SECS-P/07 - Economia aziendale; SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese; SECS-P/10 - Organizzazione aziendale; SECS-P/13 - Scienze merceologiche - SPS/04 - Scienza politica; SPS/06 - Storia delle relazioni internazionali; SPS/07- Sociologia generale; SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi; SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro; SPS/10 - Sociologia dell'ambiente e del territorio; M-GGR/02 - Geografia economico-politica.✓ i rimanenti 25 crediti nei settori scientifico-disciplinari nei restanti ambiti sotto elencati:<ul style="list-style-type: none">○ Ambito giuridico<ul style="list-style-type: none">▪ IUS/01 - Diritto privato; IUS/02 - Diritto privato comparato; IUS/03 - Diritto agrario; IUS/04 - Diritto commerciale; IUS/05 - Diritto dell'economia; IUS/08 - Diritto costituzionale; IUS/09 - Istituzioni di diritto pubblico; IUS/10 - Diritto amministrativo; IUS/12 - Diritto tributario; IUS/13 - Diritto internazionale; IUS/14 - Diritto dell'Unione Europea; IUS/18 - Diritto romano e diritti dell'antichità;○ Ambito storico e filosofico<ul style="list-style-type: none">▪ M-STO/01 - Storia medievale; M-STO/02 - Storia moderna; M-STO/04 - Storia contemporanea; M-DEA/01 - Discipline demotnoantropologiche; M-FIL/04 - Estetica; M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi,○ Ambito delle scienze ambientali<ul style="list-style-type: none">▪ BIO/01 - Botanica generale; BIO/03 - Botanica ambientale e applicata; BIO/04 - Fisiologia vegetale; BIO/05 - Zoologia; BIO/07 - Ecologia; BIO/19 - Microbiologia; ICAR/15 - Architettura del paesaggio. <p>Possono altresì accedere al corso studenti in possesso di un titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo dal Consiglio di Facoltà. Tutti i candidati devono possedere una conoscenza (scritta e orale) della lingua inglese pari ad un livello B2.</p>
Modalità di verifica delle conoscenze richieste per l'accesso	<p>Le Modalità di ammissione al Corso di Laurea Magistrale sono pubblicate alla pagina https://www.unisg.it/assets/procedure-ammissione-LT_2021_2022_ITA_DEF.pdf</p>

Art. 6 - Ammissione al Corso di Laurea Magistrale

Ammissione al Corso di Laurea Magistrale	<p>Le ammissioni sono gestite da una commissione composta da 2 a 4 docenti di ruolo, nominata dal Consiglio di Facoltà e presieduta dal Coordinatore del Corso di Laurea Magistrale, supportato dal personale della Segreteria Studenti. Ricevute le domande di ammissione dei candidati al Corso, la</p>
---	---



	<p>commissione verifica i requisiti di ammissione del candidato, quindi assegna (a maggioranza semplice dei votanti) punteggi specifici ai tre elementi oggetto di valutazione: dossier (costituito dai documenti forniti dal candidato che permettono di ricostruire il suo curriculum), prova scritta analitica e colloquio finale. Lo studente ha facoltà di produrre il dossier in lingua italiana o in inglese, la prova scritta analitica e il colloquio si svolgono in lingua inglese. Per il dossier vengono analizzati i seguenti elementi forniti dal candidato: il curriculum di studi, eventuali esperienze lavorative, il possesso di eventuali ulteriori titoli/certificazioni di attività extra-academiche. La prova scritta analitica si avvale di un sistema informatizzato attraverso il quale viene somministrato al candidato un test a risposte aperte, con tempi e spazi di risposta predeterminati. Il colloquio può avvenire sia di persona sia attraverso strumenti di videoconferenza. Poiché il Corso è erogato in lingua inglese, la conoscenza della lingua inglese viene accertata attraverso l'analisi della prova scritta analitica e tramite il colloquio orale. È richiesto un livello di conoscenza della lingua inglese pari a B2. Per svolgere questo accertamento, il Coordinatore del Corso di Laurea può avvalersi della consulenza di docenti di ruolo o a contratto madrelingua. L'eventuale possesso di certificati e attestati riconosciuti relativi alle conoscenze linguistiche vengono considerati al fine della valutazione delle competenze linguistiche. Sono previste due sessioni di ammissione; la graduatoria finale viene pubblicata dopo la seconda sessione. I candidati italiani non ancora in possesso del titolo di laurea di I livello (laureandi) sono iscritti al Corso di Laurea Magistrale con riserva, che viene sciolta unicamente nel caso in cui il titolo di laurea venga conseguito dallo studente entro la sessione straordinaria di laurea dell'A.A. 2020/2021.</p>
--	--

Art. 7 – Periodi di lezioni e esami

Periodo di lezioni	http://ftparea.unisg.it/Regolamenti_Interni/Italiano/
Sito web orario delle lezioni	https://unisg.esse3.cineca.it/Start.do
Periodo di esami	gennaio – giugno - settembre
Sito web calendario degli esami	https://unisg.esse3.cineca.it/ListaAppelliOfferta.do

Art. 8 – Verifica del profitto delle attività formative

Verifica del profitto delle attività formative	Nella scheda compilata per ciascun insegnamento, il docente titolare specifica le modalità di svolgimento dell'esame.
--	---

Art. 9 – Ordinamento didattico

Attività caratterizzanti

Ambito disciplinare	Settore	CFU Rad	
---------------------	---------	---------	--



		min	max	CFU Off
Scienze statistiche, economiche e aziendali	SECS-P/01 Economia politica SECS-P/07 Economia aziendale	14	28	15
Scienze alimentari e della nutrizione	AGR/15 Scienze e tecnologie alimentari	6	12	6
Scienze giuridiche	IUS/18 Diritto romano e diritti dell'antichità	9	18	9
Scienze ambientali e progettuali Scienze socio-politiche	ICAR/13 Disegno industriale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	12	24	15
Scienze della memoria, filosofiche e della comunicazione	M-FIL/04 Estetica M-STO/04 Storia contemporanea	12	24	14
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		53		59
Totale Attività caratterizzanti				53 - 106

Attività affini

Ambito disciplinare	Settore	CFU Rad		CFU Off
		min	max	
Attività formative affini o integrative	BIO/08 - Antropologia SECS-S/06 - Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	12	24	12
Totale Attività affini				12 - 24

Altre attività

		CFU	
		min	max
A scelta dello studente		8	12
Per la prova finale		16	22
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	-	-
	Abilità informatiche e telematiche	-	-
	Tirocini formativi e di orientamento	16	24
	Altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro	-	-
Minimo di crediti riservati dall'ateneo alle Attività art. 10, comma 5 lett. d		16	
Per stages e tirocini presso imprese, enti pubblici o privati, ordini professionali		-	
Totale Altre Attività		40 - 58	

Art. 10 – Piano degli studi

Year	Courses	Sector	ECTS	Sem	Educational Activities
I					



1	Economics and Development Policy	SECS-P/01	6	I	Specific
2	Food Business Management	SECS-P/07	9	I	Specific
3	Advanced Data Analysis	SECS S/06	6	I	Similar/Supplementary
4	Human Ecology and Gastronomic Heritage	BIO/08	6	I	Similar/Supplementary
5	Sociology of Consumer Culture and Behaviour Analysis	SPS/08	9	II	Specific
6	Advanced Food and Trade Law	IUS/18	9	I & II	Specific
7	Food Science and Technology	AGR/15	6	II	Specific
	Field Project		7	II	Complementary
	Study Trips: Methods and Practices		4	I & II	Complementary
II					
8	Critical Gastronomy and Languages of Taste	M-FIL/04	8	I	Specific
9	Systemic Design for Circular Economy	ICAR/13	6	I	Specific
10	History of Food Cultures	M-STO/04	6	I	Specific
11	Elective Course 1		6	I	Elective
12	Elective Course 2		6	I	Elective
	Stage		10	II	
	Final Thesis		16	II	
	TOTAL ECTS		120		

Art. 11 – Attività didattiche complementari alle lezioni e laboratori

Field project	I Field project sono progetti applicati di carattere interdisciplinare realizzati da gruppi di studenti sotto la guida di un docente per conto di aziende e/o istituzioni nazionali o internazionali che conferiscono al gruppo di lavoro un formale mandato di analisi e ricerca di soluzioni innovative. Tali progetti, assimilabili nei contenuti a progetti di consulenza per le aziende o di ricerca applicata, hanno di norma una durata di cinque mesi e sono sottoposti a un processo strutturato di sviluppo che prevede una verifica periodica dello stato di avanzamento. Al loro completamento sono sottoposti a un feedback formale da parte del soggetto che ha conferito l'incarico e a una valutazione da parte del docente incaricato.
Viaggi didattici	Il percorso di studi si caratterizza anche per la presenza di due viaggi didattici durante il primo anno di corso che constano di visite e attività didattiche, di circa una settimana, presso produttori e aziende operanti nel settore food & beverage e presso istituzioni legate al settore agroalimentare. Gli studenti, durante i viaggi, sono assistiti da tutor di UNISG e beneficiano di una formazione ad hoc ex ante (prima del viaggio) e di una attività di debriefing e razionalizzazione ex post (a conclusione del viaggio).
Internship, il tirocinio in azienda	Il percorso di studi prevede nel secondo semestre del secondo anno la realizzazione di un tirocinio della durata complessiva di un minimo di 250 ore che può essere svolto a tempo pieno o a tempo parziale, in aziende o istituzioni italiane e estere, preferibilmente scelte tra quelle con cui UNISG ha rapporti consolidati, in particolare i Partner Strategici e Soci Sostenitori UNISG. Al fine di rendere maggiormente formativa l'esperienza di tirocinio e facilitare l'inserimento nel mercato del lavoro, l'Università può contribuire economicamente fino ad un massimo di 5 mesi di durata. La scelta del tirocinio viene effettuata attraverso un servizio di placement personalizzato per ciascuno studente a cura del Career Center. Tramite appuntamenti di formazione collettiva in aula e un percorso di orientamento individuale viene individuato il tirocinio più coerente con gli ambiti disciplinari a cui lo studente è maggiormente interessato e in cui verosimilmente svolgerà il lavoro di tesi.



Art. 12 – Prova finale

Caratteristiche della prova finale	La Laurea Magistrale si consegue con il superamento di una prova finale, consistente nella redazione di un elaborato originale e nella sua esposizione di fronte alla Commissione esaminatrice. La prova finale è effettuata esclusivamente in lingua inglese. La tesi di laurea si basa sulle conoscenze acquisite negli ambiti disciplinari sviluppati nel corso di studi che possono essere integrate e completate con le esperienze realizzate nell'ambito dei field project e del tirocinio formativo. Il lavoro di tesi prevede di norma una parte empirica che può basarsi su diverse metodologie, quali, a titolo di esemplificazione, la raccolta e l'elaborazione di dati qualitativi e quantitativi, l'osservazione (eventualmente partecipata) di fenomeni sociali, la realizzazione di case study e studi etnografici.
Link alle Disposizioni per la redazione e la presentazione e dell'elaborato finale	http://ftparea.unisg.it/Regolamenti_Interni/Italiano/Esami%20e%20tesi%20di%20laurea/

Art. 13 – Propedeuticità e sbarramenti

Propedeuticità	Non sono previste propedeuticità fra gli insegnamenti del corso di studio
Sbarramenti	Non sono previsti sbarramenti

Art. 14 – Rilevamento della frequenza

Rilevamento della frequenza alle lezioni	A partire da settembre 2017 UNISG utilizza il software per la rilevazione delle presenze degli studenti “Quick Presences”, basato sull'utilizzo di dispositivi mobili.
---	--

Art. 15 – Orario di ricevimento dei docenti

Orario di ricevimento dei docenti/Link	L'orario di ricevimento di ciascun docente è disponibile al link: https://unisg.esse3.cineca.it/Guide/PaginaRicercaDocenti.do;
---	--

Art. 16 – Atti di carriera

Condizioni preliminari	Lo studente può compiere atti di carriera se: <ul style="list-style-type: none">- regolarmente iscritto e, quindi,<ul style="list-style-type: none">o in regola con il pagamento della retta universitaria,o in possesso di regolare permesso di soggiorno, se studenti extra-europei;- ha aggiornato correttamente il proprio piano carriera entro i termini stabiliti- non è incorso in sanzioni disciplinari.
Piano carriera	Il piano carriera è l'insieme delle attività didattiche che lo studente deve affrontare durante la sua carriera universitaria. Si divide tra attività obbligatorie, che sono attribuite automaticamente allo studente, e attività a scelta che lo studente deve scegliere in autonomia. Lo studente può sostenere le prove di verifica solo per le attività didattiche presenti nell'ultimo piano carriera approvato. I piani carriera devono essere aggiornati e confermati nei termini e nelle modalità comunicati dalla Segreteria studenti.



Prenotazione, svolgimento e verbalizzazione esami	L'iscrizione agli appelli di esame si effettua con procedura informatizzata, mediante l'accesso dello studente all'Area riservata del portale didattico https://unisg.esse3.cineca.it/Guide/PaginaListaAppelli.do?menu_opened_cod=menu_link-navbox_didattica_Esami
--	---

Art. 16 - Strutture e servizi a disposizione del corso e degli studenti

Aule	Pollenzo - Aule a disposizione dei Corsi di Studio attivati dall'Ateneo			
	Denominazione Aula	N. posti a sedere	Dotazioni	Localizzazione
	1	20	PC/video-proiettore	Agenzia di Pollenzo
	2 - Renato e Anna Dominici	30	PC/video-proiettore	Agenzia di Pollenzo
	3	30	PC/video-proiettore	Agenzia di Pollenzo
	4	35	PC/video-proiettore	Cascina Albertina
	5 - Gabriella Miroglio	104	PC/video-proiettore	Cascina Albertina
	6	104	PC/video-proiettore	Cascina Albertina
	9	40	PC/video-proiettore	Cascina Albertina
	10	50	PC/video-proiettore	Cascina Albertina
	Magna	148	PC/video-proiettore	Cascina Albertina
	Food Lab	28	PC/video-proiettore	Corte Albertina
	Sala Rossa	220	PC/video-proiettore	Albergo dell'Agenzia
	Totale posti a sedere nelle aule		589	
Bra - Aule a disposizione dei Corsi di Studio attivati dall'Ateneo				
Denominazione Aula	N. posti a sedere	Dotazioni	Localizzazione	
Auditorium Bper	240	PC/video-proiettore	CRB Bra	
Auditorium Arpino	370	PC/video-proiettore	Bra	
Totale posti a sedere nelle aule		610		
Laboratori	- Laboratorio di analisi sensoriale Il laboratorio di Analisi Sensoriale è un laboratorio di alta specializzazione in cui vengono effettuate le valutazioni sensoriali dei prodotti alimentari a scopo			



	<p>didattico, di ricerca accademica e di supporto all'innovazione aziendale. https://www.unisg.it/campus/laboratorio-di-analisi-sensoriale/</p> <p>– Le Tavole Accademiche Le Tavole Accademiche sono la mensa dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo che coniuga educazione, alta cucina, costi equi e prodotti locali. https://www.unisg.it/campus/tavole-accademiche/</p> <p>– Laboratorio di Agroecologia – Orti didattici Gli orti dell'Università hanno l'obiettivo di consentire l'applicazione concreta dei principi agroecologici sviluppati in aula e appresi anche durante i viaggi didattici. https://www.unisg.it/campus/orti-ecologici/</p> <p>– Pollenzo Food Lab È il laboratorio dell'Università di Scienze Gastronomiche atto allo studio delle trasformazioni gastronomiche e dei relativi processi; nasce con l'intento di offrire uno spazio strutturato per una formazione complessa che armonizzi le "scienze" (fondamentali, umane e sociali) e le "pratiche" gastronomiche (cucina, panificazione, orticoltura, produzioni) con un focus su temi di attualità quali nutrizione, benessere, sostenibilità sociale e ambientale, piacere consapevole. https://www.unisg.it/campus/la-scuola-cucina-pollenzo/</p>
Servizi	<p>– Career Center Il Career Center presente in Ateneo ha l'obiettivo di facilitare il processo di transizione studio-lavoro dello studente valorizzando il suo percorso di studi e tenendo conto delle sue aspettative e motivazioni anche al fine di promuovere il ruolo del gastronomo all'interno del mondo lavorativo. Inoltre il Career Center supporta e mantiene una relazione attiva e costante con i propri laureati grazie al proprio dipartimento Alumni. https://career.unisg.it/</p> <p>– Mentoring L'obiettivo generale del Mentoring è la raccolta dei bisogni relativi all'area personale dello studente e il raccordo con le diverse realtà presenti nell'Università. Nello specifico, il Mentoring dell'Università di Scienze Gastronomiche si configura come servizio allo studente sulle seguenti dimensioni della vita universitaria e oltre: carriera accademica, orientamento ai servizi, interessi e carriera lavorativa, personale. https://www.unisg.it/servizi/mentoraggio/</p>

Art. 17 - Approvazione del Regolamento del Corso di Laurea Magistrale

Approvazione del Regolamento del Corso di Laurea Magistrale e norme transitorie	Il presente regolamento didattico del Corso di Laurea entra in vigore a seguito di approvazione da parte del Consiglio di Facoltà.
--	--



INSEGNAMENTI/AREE DI APPRENDIMENTO														
PROFILO 1 - Marketing and Innovation manager	Area delle discipline economiche, gestionali e giuridiche					Area delle discipline della gastronomia							Area delle discipline analitiche quali-quantitative	
	Economics and Development Policy	Food Business Management	Advanced Food and Trade Law	Entrepreneurial Strategy	Communication for Food Marketing	Human Ecology and Gastronomic Heritage	Food Science and Technology	Aesthetics of Gustatory Taste and Languages of Gastronomy	Systemic Design for Circular Economy	History of Food Cultures	New Frontiers of Gastronomy	Applied Anthropology for Sustainable Food Systems	Sociology of Culture and Consumer Behavior Analysis	Advanced Data Analysis
<i>Coordinamento dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e servizi e miglioramento di quelli esistenti</i>		X		X	X					X			X	X
<i>Analisi delle tecniche produttive e identificazione delle innovazioni da adottare</i>						X	X		X		X			
<i>Identificazione dei canali distributivi, con particolare riguardo a quelli innovativi</i>		X		X									X	X
<i>Analisi dei consumatori e dei mercati</i>	X	X	X							X		X	X	X
<i>Sviluppo di piani di marketing e piani industriali</i>		X		X	X			X	X	X				
INSEGNAMENTI/AREE DI APPRENDIMENTO														



PROFILO 2 - Strategy and marketing consultant	Area delle discipline economiche, gestionali e giuridiche					Area delle discipline della gastronomia							Area delle discipline analitiche qualitative	
COMPETENZE ASSOCIATE ALLE FUNZIONI	Economics and Development Policy	Food Business Management	Advanced Food and Trade Law	Entrepreneurial Strategy	Communication for Food Marketing	Human Ecology and Gastronomic Heritage	Food Science and Technology	Aesthetics of Gustatory Taste and Languages of Gastronomy	Systemic Design for Circular Economy	History of Food Cultures	New Frontiers of Gastronomy	Applied Anthropology for Sustainable Food Systems	Sociology of Culture and Consumer Behavior Analysis	Advanced Data Analysis
<i>Sviluppo e conduzione di ricerche di mercato relative al settore agroalimentare</i>	X	X	X							X		X	X	X
<i>Sviluppo, pianificazione e conduzione di piani industriali e di piani di marketing per imprese del settore agroalimentare.</i>		X		X	X			X	X	X		X	X	X
<i>Supporto allo sviluppo di nuovi prodotti/ servizi in ambito agroalimentare.</i>		X	X	X		X	X		X		X	X		
INSEGNAMENTI/AREE DI APPRENDIMENTO														
PROFILO 3 - Responsabile di programma-funzionario in istituzioni pubbliche o non governative per lo sviluppo del territorio ed in particolare del settore agroalimentare	Area delle discipline economiche, gestionali e giuridiche					Area delle discipline della gastronomia							Area delle discipline analitiche qualitative	



COMPETENZE ASSOCIATE ALLE FUNZIONI	Economics and Development Policy	Food Business Management	Advanced Food and Trade Law	Entrepreneurial Strategy	Communication for Food Marketing	Human Ecology and Gastronomic Heritage	Food Science and Technology	Aesthetics of Gustatory Taste and Languages of Gastronomy	Systemic Design for Circular Economy	History of Food Cultures	New Frontiers of Gastronomy	Applied Anthropology for Sustainable Food Systems	Sociology of Culture and Consumer Behaviour Analysis	Advanced Data Analysis
<i>Analisi di mercato e degli scenari economici e sociali.</i>	X	X	X							X		X	X	X
<i>Sviluppo di piani strategici.</i>	X	X		X	X			X	X	X				
<i>Sviluppo di piani di comunicazione a supporto delle strategie pianificate.</i>					X			X			X			
<i>Identificazione e gestione di strumenti di sostegno allo sviluppo economico.</i>	X		X			X				X		X		
INSEGNAMENTI/AREE DI APPRENDIMENTO														
PROFILO 4 - Responsabile/membro del team di pianificazione strategica	Area delle discipline economiche, gestionali e giuridiche					Area delle discipline della gastronomia						Area delle discipline analitiche qualitative e quantitative		



COMPETENZE ASSOCIATE ALLE FUNZIONI	Economics and Development Policy	Food Business Management	Advanced Food and Trade Law	Entrepreneurial Strategy	Communication for Food Marketing	Human Ecology and Gastronomic Heritage	Food Science and Technology	Aesthetics of Gustatory Taste and Languages of Gastronomy	Systemic Design for Circular Economy	History of Food Cultures	New Frontiers of Gastronomy	Applied Anthropology for Sustainable Food Systems	Sociology of Culture and Consumer Behavior Analysis	Advanced Data Analysis
<i>Analisi dello scenario competitivo, in particolare della domanda e dei concorrenti.</i>	X	X	X										X	X
<i>Identificazione delle opportunità di crescita interna (attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti e/o nuovi canali distributivi) e di crescita esterna attraverso l'acquisizione di concorrenti.</i>				X		X	X		X	X	X	X		
<i>Sviluppo di piani industriali.</i>	X	X		X	X			X	X	X				
<i>Analisi dei trend sociali e geopolitici e del loro impatto sulle imprese del settore agroalimentare.</i>	X									X	X	X	X	
<i>Definizione delle linee guida delle politiche di comunicazione istituzionale.</i>					X			X						
<i>Gestione dei rapporti con gli stakeholder istituzionali, quali gli interlocutori politici, le associazioni di consumatori e le NGO.</i>			X							X	X	X		