Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo
University of Gastronomic Sciences of Pollenzo

REGOLAMENTO DIDATTICO
Corso di Laurea Magistrale
in Food Industry Management

Art. 1 – Premessa

Università	Università degli Studi di SCIENZE GASTRONOMICHE
Classe	LM/GASTR R - Scienze Economiche e Sociali della Gastronomia
Nome del corso in italiano **Codice interno all'ateneo del corso**	Management dell'industria alimentare
Nome del corso in inglese	Food Industry 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	– 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	– 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 – 3/11/2021 - 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 stata presentata la revisione del Corso. – 6 e 14/11/2024 - 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 stata presentata la revisione del Corso.
Data del parere favorevole del Comitato regionale di Coordinamento	17/01/2018
Modalità di svolgimento	Corso di studio convenzionale Corsi di studio internazionali D.M. 2711/2011
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea magistrale	https://www.unisg.it/corsi-iscrizioni/laurea-magistrale-in-food-industry-management/
Facoltà di riferimento ai fini amministrativi	Scienze Gastronomiche
Massimo numero di crediti riconoscibili	12 – DM 16/3/2007, art 4

	– Nota MIUR 1063 del 29/04/2011
Numero massimo studenti per anno di corso	40

Per l'anno accademico 2026/2027, è attivo il primo e secondo anno di Corso.

Art. 2 – Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo, anche con riferimento ai descrittori di Dublino

Il laureato magistrale 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:

- 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;
- 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.

Il corso prevede un'articolazione in quattro semestri (due anni), gli insegnamenti sono distribuiti secondo una logica che consente di acquisire conoscenze multidisciplinari sinergiche all'interno dei semestri.
Tutte le attività formative previste dalla Laurea Magistrale si tengono in lingua inglese.
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 un viaggio didattico durante il biennio che consta in visite e attività didattiche 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 debreafing e razionalizzazione ex post (a conclusione del viaggio). Il viaggio si svolge in Italia o all'estero e si focalizza sulle produzioni alimentari nazionali di eccellenza.
Il percorso di studi prevede, tra le altre attività didattiche, un "immersive training" su temi legati all'innovazionme che viene condotto presso un'istituzione partner internazionale, (un incubatore d'impresa/centro di innovazione tecnologica) con il coinvolgimento di docenti, manager e startupper e che prevederà momenti di lezione frontale, visite in azienda e lavori di gruppo dedicati all'innovazione, il tutto sotto la supervisione di docenti e tutor UNISG.
Tra le altre attività didattiche è prevista la conduzione di un 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 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. Questa attività consente di applicare le conoscenze acquisite e di sviluppare le soft skills.

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.
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.

Conoscenza e capacità di comprensione
Il Corso ha l'obiettivo di preparare neo 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.
Il laureato magistrale 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.
Grazie alle conoscenze specifiche in tema di storia e cultura del cibo, produzioni agroalimentari, processi di trasformazione del cibo, il laureato magistrale è in grado di comprendere i fenomeni sociali e culturali e di sviluppare soluzioni di tipo innovativo alle problematiche riscontrate.
Grazie alle conoscenze in materia gestionale e giuridica il laureato magistrale è in grado di implementare le soluzioni sviluppate comprendendo e valutando l'impatto economico, finanziario e giuridico. 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. Anche gli esami hanno un taglio empirico, di applicazione di modelli e strumenti analitici a casi empirici.
In questo modo s'intende stimolare lo sviluppo della capacità di comprensione delle problematiche di carattere aziendale e politico-sociale.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione
Il percorso formativo è stato progettato affinché il laureato magistrale possa svolgere le seguenti attività analitiche e gestionali:
- 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.

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.
Tutto il percorso didattico è supportato da una piattaforma di e-learning - Learning Management System.
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.
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 diversi momenti di confronto con il tutor del progetto e con il corpo docente.
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.

Autonomia di giudizio
I laureati magistrali saranno in grado di fornire un contributo innovativo e rilevante nella progettazione di prodotti e servizi nel settore agroalimentare. 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.
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 all'analisi strategica e al diritto 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
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 social network. Il laureato, nel corso del biennio, è direttamente coinvolto in azioni di promozione nazionale ed internazionale di prodotti e servizi legati al settore agroalimentare.
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. Queste abilità saranno raggiunte 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. Tra le altre attività didattiche si segnala l'importanza dell'immersive training sulla digital communication e l'AI come elemento qualificante per lo sviluppo delle abilità comunicative. La stesura della tesi di laurea offre inoltre un'ulteriore opportunità di approfondimento e di verifica delle abilità comunicative sviluppate.

Capacità di apprendimento
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.

Art. 3 - Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati

Profilo 1. Marketing and innovation manager

Funzione in un contesto di lavoro:

- Innovazione di prodotto, gestione della distribuzione, analisi del livello di soddisfazione dei clienti.

Competenze associate alla funzione:

- Analisi dei consumatori e dei mercati.
- Coordinamento dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e servizi e miglioramento di quelli esistenti.
- Analisi delle tecniche produttive e identificazione delle innovazioni da adottare.
- Identificazione dei canali distributivi, in particolare quelli on line.
- Sviluppo di piani di marketing.

Sbocchi occupazionali:

- Responsabile marketing.
- Responsabile innovazione/sviluppo nuovi prodotti.
- Responsabile commerciale/di canale distributivo.
- Responsabile on-line sales.
- 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 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. Market analyst

Funzione in un contesto di lavoro:

- Consulente aziendale in materia di sostenibilità, 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.
- Sviluppo,pianificazione e conduzione di politiche aziendali per la sostenibilità.
- 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 all'integrazione della sostenibilità, 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 commerciale/sales manager

Funzione in un contesto di lavoro:

- Responsabile di vendita a livello di canale distributivo e/o prodotto e/o divisione aziendale.

Competenze associate alla funzione:

- Gestione del rapporto del canale di vendita.
- Definizione di piani di comunicazione a supporto delle strategie commerciali.

Sbocchi occupazionali:

- 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.

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.
- Sviluppo di piani industriali.
- Gestione della CSR e delle politiche per la sostenibilità aziendale.
- Analisi dei trend istituzionali, 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'imprese 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. 4 – Conoscenze richieste per l'accesso

Il Corso di Laurea Magistrale si propone come un corso di studi multidisciplinare, focalizzato sulle tematiche delle scienze gastronomiche declinate in ottica di gestione aziendale con un focus specifico sull'innovazione sostenibile.
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 di curriculum e titoli e un test analitico somministrato on line.
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.
Sono ammessi al Corso di Laurea Magistrale:
- laureati in possesso di un titolo di laurea triennale conseguito nell'ambito delle seguenti classi di laurea:
1. L-4 - Disegno industriale
2. L-5 – Filosofia
3. L-9 – Ingegneria industriale
4. L-10 - Lettere
5. L-12 - Mediazione linguistica
6. L-14 - Scienze dei servizi giuridici
7. L-15 - Scienze del turismo

8. L-16 - Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione
9. L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale
10. L-20 - Scienze della comunicazione
11. L-25 - Scienze e tecnologie agrarie e forestali
12. L-26 - Scienze e tecnologie alimentari
13. L-33 - Scienze economiche
14. L-36 - Scienze politiche e delle relazioni internazionali
15. L-42 - Storia
16. L-GASTR - Scienze, Culture e Politiche della Gastronomia

e nelle corrispondenti classi previste dal DM 4 agosto 2000.

- 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.

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 Accademico, che abbiano acquisito almeno 40 crediti, anche erogati in Master di Primo Livello, di cui:

- 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:

o Ambito giuridico

- 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;

o Ambito storico e filosofico

- M-STO/01 - Storia medievale; M-STO/02 - Storia moderna; M-STO/04 - Storia contemporanea; M-DEA/01 - Discipline demoetnoantropologiche; M-FIL/04 - Estetica; M-FIL/05 - Filosofia e teoria dei linguaggi,

o Ambito delle scienze ambientali

- 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.

Possono altresì accedere al Corso, studenti in possesso di un titolo di studio conseguito all'estero riconosciuto idoneo dal Consiglio Accademico.
Tutti i candidati devono possedere una conoscenza della lingua inglese di livello B2.

<u>Studenti internazionali che hanno conseguito il titolo all'estero</u>

Sono ammessi alla selezione i candidati internazionali che hanno conseguito una laurea di primo ciclo (livello universitario) valida e riconosciuta.
Gli studenti devono essere in possesso di una laurea triennale (laurea di primo ciclo) che deve essere idonea e valida per l'accesso a una laurea di secondo ciclo (Master of Science).
Il titolo di studio (laurea triennale/laurea magistrale) di provenienza deve avere le seguenti caratteristiche:

- 180 crediti formativi (CFU);

- durata di almeno 3 anni
- equivalente a un corso di laurea italiano;
- rilasciato da un'università straniera riconosciuta dal sistema educativo del Paese che lo ha rilasciato, che consenta di proseguire gli studi in un programma post-laurea (II livello).

Gli organi competenti dell'Università si riservano di valutare l'idoneità dei titoli dei candidati, anche se con caratteristiche parzialmente diverse da quelle sopra indicate.
Tutti i candidati devono possedere una conoscenza della lingua inglese di livello B2.

Art. 5 - Ammissione al Corso di Laurea Magistrale

Le ammissioni sono gestite dal Coordinatore del Corso di Laurea Magistrale, che può avvalersi della collaborazione di altri docenti di Ateneo. Ricevute le domande di ammissione dei candidati al Corso, vengono verificati i requisiti di ammissione dei candidati e si procede ad assegnare punteggi specifici agli elementi del dossier oggetto di valutazione, ponendo particolare attenzione al transcript della carriera accademica pregressa, completo di valutazioni, e al Curriculum Vitae. Lo studente ha facoltà di produrre il dossier in lingua italiana o in 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-accademiche. Il Corso è erogato in lingua inglese, è richiesto un livello di conoscenza della lingua inglese pari a B2. Il candidato può produrre una certificazione internazionale (l'Ateneo pubblica l'elenco delle certificazioni accettate e lo aggiorna annualmente) ovvero può sottoporsi ad un test di lingua con un docente madrelingua dell'Ateneo. Sono previste diverse sessioni di ammissione, opportunamente distribuite durante l'anno accademico. 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. 2025/26.

Art. 6 – Ordinamento didattico

Attività caratterizzanti

Ambito disciplinare	Settore	CFU	
		min	max
Scienze statistiche, economiche e aziendali	ECON-01/A Economia politica ECON-02/A Politica economica ECON-04/A Economia applicata ECON-06/A Economia aziendale ECON-07/A Economia e gestione delle imprese STAT-01/A Statistica STAT-02/A Statistica economica STAT-03/A Demografia STAT-03/B Statistica sociale	13	28
Scienze alimentari e della nutrizione	AGRI-07/A Scienze e tecnologie alimentari AGRI-08/A Microbiologia agraria, alimentare e ambientale CHEM-07/B Chimica degli alimenti	6	12
Scienze giuridiche	GIUR-09/A Diritto internazionale GIUR-10/A Diritto dell'unione europea	8	18

	GIUR-11/A Diritto privato comparato GIUR-15/A Diritto romano e fondamenti del diritto europeo		
Scienze ambientali, progettuali e socio-politiche	AGRI-01/A Economia agraria, alimentare ed estimo rurale BIOS-05/A Ecologia CEAR-08/D Design GEOG-01/A Geografia GEOG-01/B Geografia economico-politica GSPS-02/A Scienza politica GSPS-05/A Sociologia generale GSPS-06/A Sociologia dei processi culturali e comunicativi GSPS-08/B Sociologia dell'ambiente e del territorio	12	24
Discipline storiche, filosofiche e della comunicazione	ANGL-01/C Lingua, traduzione e linguistica inglese HIST-01/A Storia medievale HIST-02/A Storia moderna HIST-03/A Storia contemporanea PEMM-01/B Cinema, fotografia, radio, televisione e media digitali PHIL-04/A Estetica PHIL-04/B Filosofia e teoria dei linguaggi SDEA-01/A Discipline demoetnoantropologiche	8	24
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:		**-**	
Totale Attività caratterizzanti		**48-106**	

Attività affini

Ambito disciplinare	**CFU**	
	min	**max**
Attività formative affini o integrative	**12**	**24**
Totale Attività affini	**12-24**	

Descrizione sintetica delle attività affini o integrative

Le attività formative caratterizzanti sono integrate da attività formative affini o integrative per il raggiungimento dei seguenti obiettivi formativi, nell'ambito di discipline che contribuiscono a:
- rafforzare le conoscenze analitiche di carattere quali-quantitativo e dei relativi strumenti, necessarie trasversalmente a supportare la formazione dei profili professionali, con particolare riferimento alle seguenti competenze: analisi dei consumatori e dei mercati; sviluppo e conduzione di ricerche di mercato relative al settore agroalimentare; analisi dei mercati, dei sistemi alimentari e della relativa sostenibilità; analisi dello scenario competitivo, in particolare della domanda e dei concorrenti;
- - migliorare la comprensione della dimensione ambientale della sostenibilità, dell'ecologia e dell'interazione uomo-ambiente, necessaria trasversalmente a supportare la formazione dei profili professionali, con particolare riferimento alle seguenti competenze nel campo della sostenibilità e della

transizione ecologica: analisi dei profili di sostenibilità delle filiere produttive; coordinamento dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e servizi e miglioramento di quelli esistenti in ottica sostenibile; identificazione e gestione di strumenti di sostegno allo sviluppo sostenibile in ambito alimentare.

Altre attività

Ambito disciplinare		**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	**1**	**3**
	Abilità informatiche e telematiche	**-**	**-**
	Tirocini formativi e di orientamento	**15**	**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		**40-61**	

Matrice di Tuning
Area delle discipline economiche, gestionali e giuridiche
Conoscenza e comprensione La formazione dell'area di apprendimento delle discipline economiche, gestionali e giuridiche assicura allo studente le seguenti conoscenze: 1) conoscenze di economia politica e di politica economica; 2) conoscenze di economia aziendale e management con particolare riguardo all'innovazione sostenibile; 3) conoscenze in materia giuridica per quanto attiene la difesa della proprietà intellettuale, i regolamenti che interessano la produzione e la commercializzazione del cibo e i temi di sovranità alimentare. Tutti gli insegnamenti afferenti a questo ambito prevedono un approfondimento delle conoscenze attinenti alla sostenibilità economica, sociale e ambientale con particolare attenzione ai temi legati al consumo critico e responsabile, al commercio equo e solidale, alla filiera corta e alla riduzione dell'impatto ambientale dei metodi e dei modelli di produzione agroalimentare. **Capacità di applicare conoscenza e comprensione** L'area di apprendimento delle discipline economiche, gestionali e giuridiche sviluppa nello studente capacità di pianificazione e controllo delle performance aziendali, nonché la capacità di gestire analisi di mercato ed elaborare strategie innovative sostenibili. In particolare, le conoscenze acquisite dallo studente lo rendono capace di supportare i processi decisionali di sistemi o aziende specializzati nella produzione e commercializzazione di prodotti alimentari. La conoscenza degli aspetti giuridici è fondamentale per pianificare la fattibilità e la corretta implementazione delle strategie elaborate. Lo studente acquisisce inoltre la capacità di supportare la progettazione e pianificazione di politiche di sviluppo sostenibile applicate nell'ambito di imprese e istituzioni pubbliche o non governative. Lo studente è quindi in grado di condurre analisi di tipo socio-economico e assessment legali funzionali allo sviluppo e alla definizione di tali politiche legate ai temi del settore agroalimentare a livello locale, nazionale e internazionale.

Area delle discipline della gastronomia
Conoscenza e comprensione La formazione dell'area di apprendimento delle discipline della gastronomia fornisce allo studente conoscenze relative a: 1) ecologia umana della storia e delle culture del cibo; 2) terroir, paesaggio agrario, paesaggio rurale di interesse storico e paesaggio individuale, conoscenza dei prodotti tipici, dei temi ambientali ed ecologici di agricoltura sostenibile; 3) storia dell'agricoltura e dell'industria alimentare, storia dei consumi alimentari in Italia e in macro aree geografiche rilevanti, dinamiche di formazione del gusto; 4) cultura filosofica, estetica del cibo e semiotica; 5) materie prime, preparazioni e processi di trasformazione del cibo con particolare riferimento all'innovazione green e all'economia circolare. **Capacità di applicare conoscenza e comprensione** L'area di apprendimento delle discipline della gastronomia sviluppa nello studente capacità di analizzare e gestire processi decisionali e di innovazione nelle aziende e organizzazioni operanti nella produzione e distribuzione agroalimentare sostenibile e di qualità. Lo studente è in grado di collegare le produzioni agroalimentari locali ai paesaggi e alle culture e di riconoscerne, analizzarne e valutarne la natura storica, ambientale e culturale. Lo studente è altresì in grado di comprendere e applicare in maniera critica i concetti di ecologia, agroecologia, sostenibilità ambientale, sostenibilità integrale e innovazione sostenibile. Lo studente è capace anche di esaminare e approfondire i processi della continua co-evoluzione tra uomo e ambiente.
Area delle discipline analitiche quali-quantitative
Conoscenza e comprensione La formazione dell'area di apprendimento delle discipline analitiche fornisce allo studente la capacità di condurre analisi di tipo quantitativo e qualitativo per comprendere ed interpretare: 1) il comportamento dei consumatori identificando segmenti di mercato ed analizzando cluster specifici di comportamenti di consumo anche in chiave comparativa, con particolare attenzione al consumo responsabile e sostenibile; 2) l'evoluzione delle dinamiche competitive all'interno dei diversi comparti del settore agroalimentare, in particolare per quanto attiene alle scelte strategiche delle aziende di diverse dimensioni; 3) i fenomeni di cambiamento sociale, le migrazioni, i grandi fenomeni di evoluzione demografica. **Capacità di applicare conoscenza e comprensione** Il laureato magistrale sarà in grado di progettare e condurre ricerche empiriche e di mercato utilizzando, ed eventualmente combinando, diversi strumenti di raccolta ed acquisizione dei dati, quali: interviste (strutturate e semi-strutturate), questionari, osservazione partecipata. Il laureato magistrale conosce le principali banche dati internazionali nell'ambito delle scienze sociali ed economiche e per la misurazione della sostenibilità, le tecniche di acquisizione ed elaborazione dei "big data" e sa utilizzare i social network per condurre ricerche di carattere economico e sociale focalizzate sul settore agroalimentare.

Art. 7 – Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative

Calendario accademico
https://ftparea.unisg.it/Regolamenti_Interni/Italiano/Calendario%20Accademico/
Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative
https://unisg.esse3.cineca.it/Start.do

Prove di verifica del profitto Le modalità relative alle prove di verifica del profitto sono dettagliate nell'apposito regolamento **Disposizioni per le prove di verifica del profitto** disponibile sul Portale Studenti di Ateneo.
Calendario degli esami di profitto https://unisg.esse3.cineca.it/ListaAppelliOfferta.do
Calendario sessioni della Prova finale https://unisg.esse3.cineca.it/BachecaAppelliDCT.do

Art. 8 – Frequenza

Gli studenti iscritti ai Corsi di Studio dell'Ateneo sono studenti a tempo pieno, per i quali vige l'obbligo di frequenza delle lezioni secondo quanto definito dal Regolamento Studenti e Iscrizioni. Ai sensi di quanto previsto dal suddetto regolamento in merito all'obbligo di frequenza, gli studenti registrano la propria presenza alle attività didattiche, caricando sul software Quick Presences il codice PIN comunicato dal docente, a inizio della lezione.

Art. 9 – Orario di ricevimento dei docenti

L'orario di ricevimento di ciascun docente è indicato nell'apposita sezione all'interno della scheda di insegnamento dei cui il docente è titolare.

Art. 10 – Verifica del profitto delle attività formative

Nella scheda di insegnamento compilata per ciascuna attività didattica, il docente titolare specifica le modalità di svolgimento della prova di verifica del profitto.

Art. 11 – 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 in lingua italiana o 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.

Art. 12 - Infrastrutture

Aule/strutture	Le aule destinate alla didattica si distribuiscono tra la sede dell'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche, un'ala del complesso immobiliare denominato "Agenzia di Pollenzo", costituita da una superficie di circa 2.100 mq., e una porzione, pari a 1.400 mq., del complesso immobiliare noto come "Cascina Albertina", entrambe situate in Località Pollenzo – Bra, a circa 250 mt. di distanza l'una dall'altra. Al fine di rendere più efficace lo svolgimento delle attività didattiche, nel corso del 2018 sono stati rinnovati i dispositivi e le attrezzature installati nelle aule (lavagne e sistemi audio/video). Tutte le aule sono attrezzate con dispositivi fissi o mobili per garantire la didattica a distanza.
Laboratori	Presso l'Ateneo di Pollenzo sono attivi alcuni Laboratori: - il Sensory, Behavior and Cognition Lab dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo è dedicato ad attività di Ricerca, Formazione e Consulenza aziendale.

	- Il Pollenzo Food Lab è il laboratorio dell'Università di Scienze Gastronomiche in cui si studiano le trasformazioni gastronomiche e i relativi processi. Nasce quale spazio strutturato per una formazione complessa che armonizzi le "scienze" e le "pratiche" gastronomiche (cucina, panificazione, altre fermentazioni, orticoltura, produzioni varie) con un'attenzione a temi ritenuti chiave nella gastronomia attuale e futura quali nutrizione, benessere, sostenibilità sociale e ambientale, piacere consapevole. Il Pollenzo Food Lab costituisce pertanto lo spazio ideale per corsi di alfabetizzazione alimentare.
Sale studio	Sono disponibili diverse sale studio con orari diversificati; tutte le aule sono dotate di luce e prese elettriche. Inoltre, l'Ateneo mette a disposizione degli spazi di aggregazione per gli studenti. https://www.unisg.it/campus/biblioteca/
Biblioteche	La biblioteca dell'Università di Pollenzo (https://www.unisg.it/campus/biblioteca/), parte del Sistema Bibliotecario Nazionale, è un centro di riferimento per lo studio e la ricerca in enogastronomia e territorio. Conta oltre 29.000 volumi, 19 abbonamenti a riviste specializzate e l'accesso a numerose risorse digitali e banche dati internazionali (Jstor, Springer, Taylor & Francis, PUBMED, AGRIS FAO, DOAJ, ecc.).

Art. 13 – Servizi a supporto

Tutorato	Presso l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche è attivo un servizio di Mentoring che offre supporto personalizzato agli studenti nel percorso accademico e personale, attraverso l'affiancamento costante di un docente mentore. L'Ateneo garantisce inoltre pari opportunità agli studenti con disabilità e DSA tramite servizi di supporto dedicati, coordinati da un Responsabile di Ateneo, e mette a disposizione uno Spazio di Ascolto per il benessere psicologico e la carriera alias per studenti che ne fanno richiesta. Inoltre, attraverso il Progetto SAMBA - Salute, Movimento e Benessere in Accademia sono promosse iniziative a supporto del benessere psicofisico della popolazione studentesca.
Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all' esterno (tirocini e stage)	Il Career Center attivo presso UNISG supporta studenti e laureati nella ricerca e gestione di tirocini, in Italia e all'estero, attraverso un orientamento personalizzato (coaching, eventi, piattaforme online), i contatti con le aziende e la gestione amministrativa dei tirocini (progetto di tirocinio, convenzione, documentazione, corso sulla sicurezza, foglio presenze). Tra le iniziative a livello internazionale cui aderisce l'Ateneo, si segnala l'Erasmus+ Traineeship, programma finanziato dall'UE con borse di studio dedicate alla mobilità per tirocini in imprese e centri di ricerca nei Paesi Erasmus+ (escluse istituzioni europee). https://career.unisg.it/
Accompagnamento al lavoro	Presso l'Università di Pollenzo è attivo il Career Center che rappresenta il punto di riferimento centrale per l'orientamento professionale, il placement e il rafforzamento della comunità Alumni dell'Ateneo. Supporta gli studenti e laureati nella transizione studio-lavoro, attraverso un orientamento personalizzato,

	sviluppo del network Alumni e supporto al recruiting per le aziende partner. Il Career Center realizza periodicamente una serie di eventi dedicati all'orientamento post laurea, tra cui il Career Fair (evento annuale multi-giorno di incontro tra studenti/laureati e aziende del settore agroalimentare) e le Selection Days (giornate dedicate al recruiting per singole aziende del network UNISG). Alcuni esempi di attività svolte: ● Programma "Cultivating your Career" sviluppato con CorpTalk, articolato in moduli sulla consapevolezza delle proprie competenze e strategia personale, la definizione e della visione di carriera e sull'implementazione di strumenti per il mercato del lavoro. ● Seminari trasversali per gruppi misti di studenti e percorsi brevi di coaching individuale. ● Attività svolte in presenza; colloqui individuali anche online. ● Portale Career Center: pubblicazione offerte di stage e lavoro per studenti UNISG. ● Head hunting personalizzato per aziende partner del network UNISG. ● ● Approccio outbound: contatto diretto con aziende italiane e internazionali per creare opportunità.

Art. 14 - 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 Magistrale entra in vigore a seguito di approvazione da parte del Consiglio Accademico.

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**	
COMPETENZE ASSOCIATE ALLE FUNZIONI	Economic Scenario Analysis	Food Industry Strategic Management	Advanced Food and Trade Law	Sustainability Assessment & Reporting	Strategic Marketing for Food Industry	Future Food & Ingredients	Critical Thinking for the Future of Food	Circular Economy for Food	Data Analysis for Strategic Decisions	Sociology of Food Consumers
Analisi dei consumatori e dei mercati.	X	X			X		X		X	X
Coordinamento dei processi di sviluppo di nuovi prodotti e servizi e miglioramento di quelli esistenti.		X	X	X	X	X		X		
Analisi delle tecniche produttive e identificazione delle innovazioni da adottare.		X		X	X				X	
Identificazione dei canali distributivi, in particolare quelli on line.					X			X		
Sviluppo di piani di marketing.				X	X		X	X		X
PROFILO 2 - Market analyst	**Area delle discipline economiche, gestionali e giuridiche**					**Area delle discipline della gastronomia**			**Area delle discipline analitiche quali-quantitative**	
COMPETENZE ASSOCIATE ALLE FUNZIONI	Economic Scenario Analysis	Food Industry Strategic Management	Advanced Food and Trade Law	Sustainability Assessment & Reporting	Strategic Marketing for Food Industry	Future Food & Ingredients	Critical Thinking for the Future of Food	Circular Economy for Food	Data Analysis for Strategic Decisions	Sociology of Food Consumers
Sviluppo e conduzione di ricerche di mercato relative al settore agroalimentare.	X	X			X	X			X	X
Sviluppo, pianificazione e conduzione di piani industriali e di piani di marketing per imprese del settore agroalimentare.		X			X				X	X
Sviluppo, pianificazione e conduzione di politiche aziendali per la sostenibilità.		X		X			X	X		

Supporto allo sviluppo di nuovi prodotti/servizi in ambito agroalimentare.		*X*		X	X	X	X	X		X
PROFILO 3 - Responsabile commerciale/sales manager	**Area delle discipline economiche, gestionali e giuridiche**					**Area delle discipline della gastronomia**			**Area delle discipline analitiche quali-quantitative**	
COMPETENZE ASSOCIATE ALLE FUNZIONI	Economic Scenario Analysis	Food Industry Strategic Management	Advanced Food and Trade Law	Sustainability Assessment & Reporting	Strategic Marketing for Food Industry	Future Food & Ingredients	Critical Thinking for the Future of Food	Circular Economy for Food	Data Analysis for Strategic Decisions	Sociology of Food Consumers
Gestione del rapporto del canale di vendita.	X	X	X		X				X	
Definizione di piani di comunicazione a supporto delle strategie commerciali.		X			X		X		X	X
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 quali-quantitative**	
COMPETENZE ASSOCIATE ALLE FUNZIONI	Economic Scenario Analysis	Food Industry Strategic Management	Advanced Food and Trade Law	Sustainability Assessment & Reporting	Strategic Marketing for Food Industry	Future Food & Ingredients	Critical Thinking for the Future of Food	Circular Economy for Food	Data Analysis for Strategic Decisions	Sociology of Food Consumers
Analisi dello scenario competitivo, in particolare della domanda e dei concorrenti.	X	X			X				X	X
Identificazione delle opportunità di crescita interna (attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti e/o nuovi canali distributivi) e di crescita esterna.		X				X			X	
Sviluppo di piani industriali.		X							X	

Gestione della CSR e delle politiche per la sostenibilità aziendale.		X	X	X				X		
Analisi dei trend istituzionali, sociali e geopolitici e del loro impatto sulle imprese del settore agroalimentare.	X	X		X	X				X	X
Definizione delle linee guida delle politiche di comunicazione istituzionale.				X	X		X			
Gestione dei rapporti con gli stakeholder istituzionali, quali gli interlocutori politici, le associazioni di consumatori e le NGO.	X		X	X						