



REGOLAMENTO DIDATTICO
del
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



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 2025/2026, sono attivi il primo e il secondo anno di Corso

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

Obiettivi formativi specifici del corso	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 debriefing 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'innovazione 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.
--	--

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

Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)	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 (applying knowledge and understanding)	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 (Making judgements)	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 (Communication skills)	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 (learning skills)	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. 4 - 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'impresa 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

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 demotnoantropologiche; 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.
Modalità di verifica delle conoscenze richieste per l'accesso	Le Modalità di ammissione al Corso di Laurea magistrale sono disponibili sul sito istituzionale di Ateneo.

Art. 6 - Ammissione al Corso di Laurea Magistrale

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. 2024/2025.
---	---

Art. 7 – Periodi di lezioni e esami

Periodo di lezioni	https://ftparea.unisg.it/Regolamenti Interni/Italiano/Calendario%20Accademico/
Link orario delle lezioni	https://unisg.esse3.cineca.it/Start.do
Periodo di esami	gennaio – marzo - giugno - settembre
Link 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 di insegnamento compilata per ciascuna attività didattica, il docente titolare specifica le modalità di svolgimento della prova di verifica del profitto.
---	--

Art. 9 – Offerta didattica programmata

Attività caratterizzanti

Ambito disciplinare	Settore	CFU Rad		CFU Off
		min	max	
Scienze statistiche, economiche e aziendali	SECS-P/02 Politica economica SECS-P/07 Economia aziendale SECS-P/08 Economia e gestione delle imprese	13	28	20
Scienze alimentari e della nutrizione	CHIM/10 Chimica degli alimenti	6	12	8
Scienze giuridiche	IUS/18 Diritto romano e diritti dell'antichità	8	18	8
Scienze ambientali, progettuali e socio-politiche	ICAR/13 Disegno industriale SPS/08 Sociologia dei processi culturali e comunicativi	12	24	14
Discipline storiche, filosofiche e della comunicazione	M-FIL/04 Estetica	8	24	8
Minimo di crediti riservati dall'ateneo minimo da D.M. 48:				
Totale Attività caratterizzanti		48-106		58

Attività affini

Attività formative affini o integrative	Settore	CFU Rad		CFU Off
		min	max	
	BIO/07 Ecologia SECS-S/06 Metodi matematici dell'economia e delle scienze attuariali e finanziarie	12	24	12



Totale Attività affini	12-24	12
-------------------------------	--------------	-----------

Altre attività

		CFU Rad		CFU
		min	max	
A scelta dello studente		8	12	12
Per la prova finale		16	22	16
Ulteriori attività formative (art. 10, comma 5, lettera d)	Ulteriori conoscenze linguistiche	1	3	1
	Abilità informatiche e telematiche	-	-	
	Tirocini formativi e di orientamento	15	24	21
	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		50

Art. 10 - Offerta didattica erogata

Graduate program in FOOD INDUSTRY MANAGEMENT					
Year	Courses	Sector	ECTS	Faculty (<i>in bold: course responsible</i>)	Educational Activities
1st Year 2025/ 2026	Economic Scenario Analysis	SECS-P/02	6	Donatella Saccone	Specific
	Food Industry Strategic Management	SECS-P/07	8	Carmine Garzia*	Specific
	Food for Thought: Taste, Culture and Communication	M-FIL/04	8	Nicola Perullo*	Specific
				Luca Antoniazzi	
	Data Analysis for Strategic Decisions	SECS-S/06	6	Carmine Garzia Jost Reinhold	Similar/Supplementary
	Study Trip				
	Ecology, Sustainability and Food Systems	BIO/07	6	Chiara Romano*	Similar/Supplementary
				Dauro Zocchi	
	Future Food & Ingredients	CHIM/10	8	Gabriella Morini	Specific
				Carol Povigna	
				Nahuel Buracco	



				Maria Piochi	
				Lorenzo Tirelli	
	Sociology of food consumers	SPS/08	8	Maria Giovanna Onorati*	Specific
	Advanced Food and Trade Law	IUS/18	8	Michele Fino*	Specific
				Lorenzo Bairati	
	Field experience: Innovation Project with Companies		6	Carmine Garzia	Complementary
	TOTAL ECTS		64		
Year	Courses	Sector	ECTS	Faculty	Educational Activities
2nd Year 2024/ 2025	Strategic Marketing for Food Industry	SECS-P/08	6	Michael Gibbert	Specific
				Gizem Kadliogu	
	Circular Economy for Food	ICAR/13	6	Franco Fassio* Nadia Tecco	Specific
	Elective 1		6		Elective
	Elective 2		6		Elective
	Study trip with immersive training in digital innovation		6		Complementary
	Stage		10		Complementary
	Final thesis		16		
	TOTAL ECTS		56		
	Elective Courses				
	<i>Two elective courses chosen between:</i>				
	Media Lab		6	Luca Antoniazzi	Elective
	Food Innovation Lab		6	Carmine Garzia Fulvio Zendrini	Elective
	Start-up & Entrepreneurship Lab		6	Antonio Ambrosio	Elective

				Pier Paolo Catucci	
	Wine Innovation Lab		6	Michele Fino Eugenio Pomarici	Elective

Art. 11 – Attività didattiche complementari alle lezioni e laboratori

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 debriefing 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” sulla digital innovation e l'AI che verrà condotta 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, il tutto sotto la supervisione di docenti e tutor UNISG.

Un'altra attività didattica che contribuisce all'interazione con il mondo aziendale e allo sviluppo delle soft skills è costituita dai field project, 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.

Stage (Internship - Tirocinio)

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 o estere, preferibilmente scelte tra quelle con cui UNISG ha rapporti consolidati, in particolare i Partner Strategici e Soci Sostenitori UNISG.

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 selezionato il tirocinio più coerente con gli ambiti disciplinari a cui lo studente è maggiormente interessato e in cui verosimilmente svolgerà il lavoro di tesi. L'Ateneo aderisce al programma di mobilità internazionale Erasmus, che dà la possibilità a un gruppo di studenti selezionati sulla base di criteri prestabiliti di svolgere il tirocinio formativo all'estero.

Erasmus

L'Ateneo aderisce al programma di mobilità internazionale Erasmus, che dà la possibilità a un gruppo di studenti selezionati sulla base di criteri prestabiliti di svolgere il tirocinio formativo all'estero.

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 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.
Link alle Disposizioni per la redazione e la presentazione 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 seguente link: https://unisg.esse3.cineca.it/Guide/PaginaRicercaDocenti.do
---	--

Art. 16 – Atti di carriera

Condizioni preliminari	Lo studente può compiere atti di carriera se: – regolarmente iscritto – in regola con il pagamento della retta universitaria – 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. I piani carriera devono essere aggiornati e confermati nei termini e nelle modalità comunicati dalla Segreteria didattica.
Prenotazione, svolgimento e	L'iscrizione agli appelli di esame si effettua con procedura informatizzata, mediante l'accesso dello studente all' Area riservata del portale didattico o attraverso l'App di

verbalizzazione esami	Ateneo. Gli esami si tengono in presenza e online (solo per determinate categorie di studenti come previsto dal DM 1835/2024 Art. 5). La verbalizzazione avviene attraverso una procedura online i cui dettagli sono consultabili sul Portale Studenti.
------------------------------	--

Art. 17 - 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
	2 - Renato e Anna Dominici	30	PC/video-proiettore	Agenzia di Pollenzo
	3 - Fusari	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
	Totale posti a sedere nelle aule	569		
Laboratori	– Sensory Behavior and Cognition Lab Il Sensory, Behavior and Cognition Lab dell'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo è dedicato ad attività di Ricerca, Formazione e Consulenza aziendale. L'obiettivo del laboratorio è studiare e comprendere la percezione sensoriale degli alimenti e il comportamento delle persone, al fine di favorire scelte alimentari salutari e sostenibili. Le attuali linee di ricerca riguardano principalmente lo studio dei fattori fisiologici, genetici, psicologici e comportamentali che influenzano le preferenze alimentari, attraverso un approccio metodologico che associa i metodi sensoriali a tecniche strumentali. Il laboratorio si distingue per la sua forte multidisciplinarietà caratterizzata da un team con professionalità che spaziano dalle tecnologie alimentari			

	alle neuroscienze fino alla medicina. Questa caratteristica permette al laboratorio di affrontare ogni progetto con una prospettiva unica e innovativa. – <u>Le Tavole Accademiche</u> Le Tavole Accademiche sono la mensa dell’Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo che coniuga educazione, alta cucina, costi equi e prodotti locali. – <u>Laboratorio di Agroecologia – Orti didattici</u> 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. – <u>Pollenzo Food Lab</u> 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.
Servizi	– <u>Career Center</u> Il Career Center fornisce agli studenti e ai laureati dell’Ateneo servizi personalizzati di orientamento al lavoro, facilitando il processo di transizione studio-lavoro, analizzando le aspettative, motivazioni e interessi individuali e promuovendo e sviluppando il network degli Alumni. Inoltre, offre ad aziende e organizzazioni del network UNISG (Soci Sostenitori e Partner Strategici) servizi di supporto al recruiting. – <u>Mentoring</u> Il Mentoraggio è un servizio attivo all’interno dell’Università di Scienze Gastronomiche fin dalla sua fondazione. È un counseling individuale finalizzato ad offrire agli studenti supporto, orientamento e stimolo nello svolgimento del loro percorso accademico e nello sviluppo della crescita personale e professionale a partire dal loro ingresso in UniSG. I mentori, individuati all’interno del corpo docente (docenti, ricercatori, borsisti post-dottorato), regolarmente monitorano le carriere dei rispettivi studenti, in modo da intervenire tempestivamente in casi di criticità evidente, al fine di evitare fenomeni di abbandono e dispersione. Il mentoraggio non è un servizio di supporto psicologico, già previsto in UniSG per gli studenti con disagio psicologico. Il mentoraggio non serve per raccogliere rilievi a proposito della qualità dei servizi e delle attività formative. Ciò per evitare sovrapposizioni rispetto alla funzione di altri attori/strumenti previsti a tale fine.

Art. 18 - 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	Strategic Marketing for Food Industry	Future Food & Ingredients	Food for Thought: Taste, Culture and Communication	Ecology, Sustainability and Food Systems	Circular Economy for Food	Data Analysis for Strategic Decisions	Sociology of Food Consumers
<i>Analisi dei consumatori e dei mercati.</i>	X	X		X		X			X	X
<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	
<i>Identificazione dei canali distributivi, in particolare quelli on line.</i>				X				X		
<i>Sviluppo di piani di marketing.</i>				X		X		X		X
INSEGNAMENTI/AREE DI APPRENDIMENTO										
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	Strategic Marketing for Food Industry	Future Food & Ingredients	Food for Thought: Taste, Culture and Communication	Ecology, Sustainability and Food Systems	Circular Economy for Food	Data Analysis for Strategic Decisions	Sociology of Food Consumers
<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
<i>Sviluppo, pianificazione e conduzione di politiche aziendali per la sostenibilità.</i>		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 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	Strategic Marketing for Food Industry	Future Food & Ingredients	Food for Thought: Taste, Culture and Communication	Ecology, Sustainability and Food Systems	Circular Economy for Food	Data Analysis for Strategic Decisions	Sociology of Food Consumers
<i>Gestione del rapporto del canale di vendita.</i>	X	X	X	X					X	
<i>Definizione di piani di comunicazione a supporto delle strategie commerciali.</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 quali-quantitative	
COMPETENZE ASSOCIATE ALLE FUNZIONI	Economic Scenario Analysis	Food Industry Strategic Management	Advanced Food and Trade Law	Strategic Marketing for Food Industry	Future Food & Ingredients	Food for Thought: Taste, Culture and Communication	Ecology, Sustainability and Food Systems	Circular Economy for Food	Data Analysis for Strategic Decisions	Sociology of Food Consumers



<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.</i>		X			X				X	
<i>Sviluppo di piani industriali.</i>		X							X	
<i>Gestione della CSR e delle politiche per la sostenibilità aziendale.</i>		X	X				X	X		
<i>Analisi dei trend istituzionali, 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							