



Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di SCIENZE GASTRONOMICHE
Nome del corso in italiano RD	Management e innovazione per l'impresa alimentare(<i>IdSua:1544573</i>)
Nome del corso in inglese RD	Food Innovation & Management
Classe	LM/GASTR - Scienze economiche e sociali della gastronomia RD
Lingua in cui si tiene il corso RD	inglese
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea RD	https://www.unisg.it/corsi-iscrizioni/laurea-magistrale/
Tasse	https://www.unisg.it/corsi-iscrizioni/laurea-magistrale/ Pdf inserito: visualizza
Modalità di svolgimento	a. Corso di studio convenzionale

Referenti e Strutture

Presidente (o Referente o Coordinatore) del CdS	GARZIA Carmine
Organo Collegiale di gestione del corso di studio	Consiglio di Facoltà'
Struttura didattica di riferimento ai fini amministrativi	Facoltà di SCIENZE GASTRONOMICHE

Docenti di Riferimento

N.	COGNOME	NOME	SETTORE	QUALIFICA	PESO	TIPO SSD
1.	FASSIO	Franco	ICAR/13	RD	1	Caratterizzante
2.	CINOTTO	Simone	M-STO/04	PA	1	Caratterizzante
3.	FINO	Michele Antonio	IUS/18	PA	1	Caratterizzante
4.	GARZIA	Carmine	SECS-P/07	PA	1	Caratterizzante
5.	ONORATI	Maria Giovanna	SPS/08	PA	1	Caratterizzante

6.	SACCONE	Donatella	SECS-P/01	RD	1	Caratterizzante
Rappresentanti Studenti				Patania Federico f.patania@studenti.unisg.it Viscomi Silvia s.viscomi@studenti.unisg.it Linander Philip p.linander@studenti.unisg.it Fede Davide d.fede@studenti.unisg.it		
Gruppo di gestione AQ				Alessandro Asteggiano Antonella Campanini Muzio Gola		
Tutor				Pietro PAGELLA Franco FASSIO Simone CINOTTO Michele Antonio FINO Carmine GARZIA Maria Giovanna ONORATI		

Il Corso di Studio in breve

07/03/2018

Il corso di Laurea Magistrale in Food Innovation & Management è pensato per la formazione di analisti, manager e consulenti di direzione specializzati nel settore del food & beverage con expertise di tipo analitico-gestionali e una forte conoscenza dei prodotti e dei processi culturali legati al cibo. Il laureato magistrale può operare in azienda o in istituzioni pubbliche o non governative.

Il laureato magistrale ha la capacità di analizzare i mercati, utilizzando strumenti analitici quantitativi e qualitativi, risolvere problematiche di carattere aziendale e pianificare azioni sul contesto macro-economico e sociale.

Grazie alle conoscenze specifiche in tema di storia e cultura del cibo, produzioni agroalimentari, processi di trasformazione del cibo è in grado di proporre soluzioni innovative alle problematiche riscontrate.

Grazie alle competenze in materia gestionale e giuridica è in grado di implementare le soluzioni sviluppate valutandone l'impatto economico, finanziario e le implicazioni legali.

Il Corso ha un accesso programmato pari a 40 iscritti; i candidati all'ammissione vengono vagliati tramite l'esame dei curricula, dei titoli e un colloquio. Per essere ammessi occorre essere in possesso di un titolo di laurea triennale, che viene esaminato da una Commissione di Ateneo, per verificarne la compatibilità ai fini dell'iscrizione.

La frequenza è obbligatoria. Gli insegnamenti sono impartiti in lingua inglese.

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).

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.

Stage aziendale (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 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 in azienda, l'Università contribuisce 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.



QUADRO A1.a
RAD

Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

15/02/2018

Dal 17 al 21 giugno 2016 Pollenzo ha ospitato l'Evento "Le 5 Giornate di Pollenzo" ovvero un Seminario avente l'obiettivo di attivare un Laboratorio di Pensiero sul Cibo e sulle Scienze Gastronomiche. L'evento ha rappresentato un momento intermedio di una più ampia fase di riflessione che Unisg ha avviato al suo interno, che è culminata con la definizione da parte del MIUR di due Classi di Laurea in Scienze Gastronomiche (Triennale + Magistrale), capaci di recepire le Scienze Gastronomiche come sistema complesso e sintesi di uno spazio didattico che, grazie ad un approccio olistico fondato sulla relazione sistemica e interdisciplinare di diversi ambiti di sapere, riesca ad esprimere virtuosamente la dinamica tra Scienza e Cultura valorizzando gli elementi di unicità ed eccellenza di UNISG

L'Evento ha così coinvolto diversi contributori esterni (studiosi, scienziati, accademici e professionisti espressione di tutti gli ambiti della conoscenza) e contributori interni (docenti, presidenza, staff, studenti, sostenitori, associazioni) in cinque giornate di lavori dedicati all'individuazione di tutti gli elementi potenzialmente costitutivi del Quadro Teorico di riferimento delle "Nuove" Scienze Gastronomiche. Il Seminario ha contato su contributi da parte di Domenico De Masi, Aldo Bonomi, Franco La Cecla, Gunter Pauli, Domenico Siniscalco, Nando Pagnoncelli, Ugo Mattei, Luca Mercalli, Josè Esquinas, Ilvo Diamanti, Stefano Zamagni, Luigino Bruni, Giorgio Diritti. I lavori si sono conclusi con il conferimento della Laurea Honoris Causa a Michael Pollan.

Il programma delle 5 giornate si è articolato in "Tavole Rotonde Olistiche" di elevato valore per dinamiche dialettiche e qualità di contributo, producendo i seguenti output:

- visioni della società letta e interpretata attraverso il Cibo: cibo come linguaggio globale con cui costruire connessioni e gastronomi come narratori e come scienziati del rispetto e dell'ascolto, biodiversità al centro del sistema come Eco Gastronomy e "sense of place", cibo come Movimento etico;
- metodologie innovative e di valore su cui declinare l'Offerta Formativa: olistico, ricerca e progettualità, viaggio-azione e storytelling, action learning come attivatore di pensiero critico e applicazione integrata e multidisciplinare delle conoscenze;
- contenuti di rilievo su cui costruire un impianto accademico sistemico e interdisciplinare: Food Security, Cambiamento, Consumo, GeoPolitica e Istituzioni, Comunicazione, Psicologia.

Il Corso di Laurea Magistrale è stato presentato alle parti sociali in un incontro ufficiale organizzato il 19 dicembre 2017 presso l'Ateneo, su convocazione del Rettore. A margine dell'incontro è stato redatto un verbale che ne sintetizza i principali contenuti. Hanno partecipato all'incontro: i rappresentanti degli enti del territorio dove ha sede l'Ateneo, manager e collaboratori di aziende del settore agroalimentare (di medie e grandi dimensioni, nazionali ed internazionali) facenti parte del network di sostenitori dell'attività didattica e di ricerca dell'Ateneo e i rappresentanti di associazioni di imprese e imprenditori. All'incontro erano presenti:

1. Direttore Marketing - Autogrill SpA
2. Training Center Manager - Lavazza SpA
3. Ufficio Risorse Umane - Eataly Srl
4. Ufficio Risorse Umane - Iper SpA
5. Ufficio stampa - Coldiretti
6. Fondatrice - Intrecci Srl
7. Ufficio comunicazione - La Granda Srl
8. Presidente - Fondazione CRC
9. Settore Sviluppo e valorizzazione filiere - CCIAA Torino

10. Dirigente servizi alla persona - Comune di Saluzzo

11. Assessore lavori pubblici, edilizia scolastica - Comune di Bra

Le parti sociali hanno fornito un riscontro ampiamente positivo sugli obiettivi e i contenuti del corso. In particolare, le parti sociali hanno manifestato un notevole consenso sul bilanciamento tra gli insegnamenti metodologici che mettono in grado gli studenti di effettuare analisi di tipo quantitativo e qualitativo, gli insegnamenti sui "saperi" legati alle scienze gastronomiche e gli insegnamenti con contenuti giuridici ed economico-gestionali. Le parti sociali hanno apprezzato il respiro internazionale del corso e la scelta della lingua inglese come lingua ufficiale di insegnamento.

L'Ateneo si è dotato in modo stabile di un suo sistema di consultazione continua delle parti sociali attivo dall'A.A. 2013-2014 attraverso cui verifica con le aziende, gli enti pubblici e privati e i consorzi che lo supportano a livello finanziario e progettuale, la congruità degli obiettivi formativi dei propri Corsi di Studio e dei contenuti didattici degli insegnamenti impartiti agli studenti con le esigenze del tessuto produttivo, nazionale e internazionale e con le istanze provenienti dal terzo settore e dalle istituzioni pubbliche.

A questo proposito, nel corso dell'anno si tengono tre riunioni con i partner sostenitori dell'Università di Scienze Gastronomiche, di cui sono membri importanti aziende italiane ed internazionali del settore agroalimentare, importanti istituti finanziari, enti no-profit ed istituzioni pubbliche. Nel corso di queste riunioni il Presidente, il Rettore dell'Ateneo e il Direttore del Corso di Laurea presentano l'attività accademica, gli obiettivi, i progetti e i risultati conseguiti e raccolgono, attraverso una discussione guidata e oggetto di verbalizzazione, i feedback provenienti dai partecipanti. L'incontro rappresenta una preziosa occasione in cui le aziende e gli enti coinvolti presentano le loro osservazioni in merito ai profili professionali formati dall'Ateneo, alla luce anche della condizione occupazionale dei laureati dell'Ateneo, costantemente monitorata.

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Verbale_Consum_parti_sociali_19_dicembre_2017

QUADRO A1.b	Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Consultazioni successive)
-------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

08/03/2018

N/A - Corso di nuova istituzione

QUADRO A2.a RAD	Profilo professionale e sbocchi occupazionali e professionali previsti per i laureati
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: 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, con particolare riguardo a quelli innovativi Analisi dei consumatori e dei mercati Sviluppo di piani di marketing	

sbocchi occupazionali:

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 un'elevata propensione all'internazionalizzazione

Quadro o dirigente all'interno di medie e grandi aziende ricettive con una forte caratterizzazione sul food system.

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.

Responsabile di programma-funzionario 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.

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'impres 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.

QUADRO A2.b



Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

1. Specialisti nell'acquisizione di beni e servizi - (2.5.1.5.1)
2. Specialisti nella commercializzazione di beni e servizi (escluso il settore ICT) - (2.5.1.5.2)
3. Ricercatori e tecnici laureati nelle scienze politiche e sociali - (2.6.2.7.2)

QUADRO A3.a



Conoscenze richieste per l'accesso

14/02/2018

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.

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.

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-5 - Filosofia
2. L-10 - Lettere
3. L-12 - Mediazione linguistica
4. L-14 - Scienze dei servizi giuridici
5. L-15 - Scienze del turismo
6. L-16 - Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione
7. L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale
8. L-20 - Scienze della comunicazione
9. L-25 - Scienze e tecnologie agrarie e forestali
10. L-26 - Scienze e tecnologie alimentari
11. L-33 - Scienze economiche

- 12. L-36 - Scienze politiche e delle relazioni internazionali
- 13. L-42 - Storia
- 14. 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 di Facoltà, 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 di Facoltà.

Tutti i candidati devono possedere una conoscenza (scritta ed orale) della lingua inglese pari ad un livello B2.

Durante il primo anno il Corso di Laurea Magistrale prevede la frequenza obbligatoria di "preparatory workshops" per almeno 4 crediti - attivati nell'ambito delle "Altre attività - Ulteriori attività formative" e, comunque, facenti parte dei 120 CFU richiesti per l'acquisizione del titolo - organizzati in seminari che consentono di uniformare le conoscenze degli iscritti nelle aree disciplinari del Corso.

QUADRO A3.b

Modalità di ammissione

07/03/2018

Le ammissioni sono gestite da una commissione composta da 3 a 5 docenti di ruolo, nominata dal Consiglio di Facoltà e presieduta dal Direttore del Corso di Laurea Magistrale, supportato dal personale della Segreteria Studenti. Ricevute le domande di ammissione dei candidati al Corso, la 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-accademiche.

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 Direttore 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. 2017/2018.

Descrizione link: Modalità di ammissione e iscrizione

Link inserito: <https://www.unisg.it/corsi-iscrizioni/laurea-magistrale/iscrizioni/>

QUADRO A4.a
R&D

Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

15/02/2018

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:

- 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.

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.

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.

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 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).

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.

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.

QUADRO A4.b.1 RAD	Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi
Conoscenza e capacità di comprensione	<p>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.</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 di tipo innovativo 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</p>

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 in Food Innovation & Management 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.

QUADRO A4.b.2

Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Dettaglio

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 politica economica, con particolare riguardo ai temi dello sviluppo sostenibile;
- 2) conoscenze di economia aziendale e management con particolare riguardo all'innovazione di prodotto e di processo nel settore agroalimentare;
- 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 della crescita, 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. La conoscenza degli aspetti giuridici è fondamentale per pianificare la fattibilità e la corretta implementazione delle strategie elaborate.

Lo studente acquisirà la capacità di supportare la progettazione e pianificazione di politiche di sviluppo sostenibile applicato al territorio nell'ambito di imprese e istituzioni pubbliche o non governative. In particolare, le conoscenze acquisite dallo studente lo rendono capace di supportare i processi decisionali di sistemi o aziende specializzate nella produzione e commercializzazione di prodotti alimentari di qualità. Lo studente è in grado di condurre analisi di tipo economico e aziendale e assessment legali funzionali allo sviluppo e alla definizione di politiche e di comunicazione legate ai temi del settore agroalimentare in istituzioni pubbliche e non governative.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Economics and Development Policy [url](#)

Food Industry Management [url](#)

Advanced Food and Trade Law [url](#)

Preparatory Workshops [url](#)

Entrepreneurial Strategy (*modulo di Focus: Entrepreneurship in the Food Industry*) [url](#)

Communication for Food Marketing (*modulo di Focus: Entrepreneurship in the Food Industry*) [url](#)

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, finalizzate alla comprensione delle dinamiche antropologiche e dei relativi quadri teorici e metodologici di riferimento;
- 5) materie prime, preparazioni e processi di trasformazione legati alla produzione di specialità gastronomiche.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area di apprendimento delle discipline della gastronomia sviluppa nello studente capacità di analizzare e gestire processi decisionali nelle aziende e organizzazioni operanti nella produzione e distribuzione agroalimentare di qualità. Lo studente è in grado di collegare le produzioni agroalimentari locali ai paesaggi e riconoscere, analizzare e valutare la natura storica, ambientale e sociale di questi legami. Lo studente è altresì in grado di comprendere e utilizzare in maniera critica i concetti di terroir, paesaggio agrario, paesaggio rurale di interesse storico e paesaggio individuale.

Lo studente è capace di esaminare e approfondire i processi della continua co-evoluzione tra società umane e terroir all'interno dei sistemi socio-ecologici.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Ecology and Terroir [url](#)

Applied Gastronomic Sciences: Food Transformations in Cooking [url](#)

Preparatory Workshops [url](#)

Critical Gastronomy and Communication [url](#)

Systemic Food Design [url](#)

Food Culture [url](#)

New Frontiers of Gastronomy (*modulo di Focus: Innovation, Creativity and Culture of Food*) [url](#)

Anthropology and Multiculturalism (*modulo di Focus: Innovation, Creativity and Culture of Food*) [url](#)

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 ed analizzando cluster specifici;
- 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 di mercato utilizzando, ed eventualmente combinando, diversi strumenti di raccolta ed acquisizione dei dati, quali: interviste (strutturate e semistrutturate), questionari, osservazione partecipata.

Il laureato magistrale conosce le principali banche dati internazionali nell'ambito delle scienze sociali ed economiche, 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 food and beverage.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:

[Visualizza Insegnamenti](#)

[Chiudi Insegnamenti](#)

Sociology and Consumer Behaviour Analysis [url](#)

Advanced Data Analysis [url](#)

Preparatory Workshops [url](#)

QUADRO A4.c

RAED

Autonomia di giudizio

Abilità comunicative

Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio

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.

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 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	<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 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.</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	<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>

QUADRO A5.a


Caratteristiche della prova finale

14/02/2018

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.

QUADRO A5.b

Modalità di svolgimento della prova finale

15/02/2018

La prova finale, consistente nella presentazione e discussione di un elaborato originale, è redatta dallo studente sotto la guida di un docente relatore.

Per essere ammesso alla prova finale, che comporta l'acquisizione di 16 crediti, lo studente deve aver superato gli esami di

profitto relativi agli insegnamenti caratterizzanti e affini, per un totale di 70 crediti, acquisiti i 4 crediti relativi ai Preparatory Workshops, i 12 crediti relativi alle attività formative a scelta, gli 8 crediti relativi al field project e i 10 crediti relativi al tirocinio formativo.

La Commissione esaminatrice è composta da almeno tre membri, di cui almeno 2 devono essere professori universitari e/o ricercatori. La funzione di Presidente è svolta dal Professore di I o di II fascia più anziano. Durante la prova finale ogni candidato viene preliminarmente presentato alla Commissione dal proprio relatore che mette in luce l'impegno, l'autonomia e l'innovatività dimostrati dallo studente nel corso dell'attività oggetto di dissertazione, le abilità e le competenze acquisite, le capacità relazionali sviluppate. Il relatore segnala inoltre ogni utile elemento di valutazione del candidato, con riferimento all'intero percorso di studi, ivi compreso il tirocinio. Il candidato espone il proprio elaborato in un tempo assegnato, mettendo in evidenza la finalità del lavoro che ha svolto, le metodologie applicate e i risultati ottenuti. L'elaborato deve essere scritto in lingua inglese. Analogamente, l'esposizione della prova finale deve avvenire in lingua inglese. La Commissione, valutando l'esposizione del candidato e tenendo conto del giudizio espresso dal relatore, assegna un punteggio compreso tra 0 e 6. Il voto attribuito al candidato è espresso in centodecimi ed è ottenuto dalla media ponderata di tutti i voti registrati dal laureando per gli esami di profitto nel corso del biennio di studi e dei punti attribuiti all'elaborato finale. Per il superamento della prova finale è necessario conseguire la votazione minima di 66/110. La votazione massima conseguibile è di 110/110; l'eventuale attribuzione della lode deve avvenire con voto unanime della Commissione, a fronte di un percorso di studi eccellente, di un elaborato di eccezionale valore e di una discussione brillante.

Descrizione link: Regolamento tesi di laurea

Link inserito:

http://ftparea.unisg.it/Regolamenti_Interni/Italiano/Esami_e_Tesi_di_Laurea/Disposizioni_Elaborato%20finale_LM_2017_21.04.pdf

**QUADRO B1****Descrizione del percorso di formazione (Regolamento Didattico del Corso)**

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Regolamento Didattico

QUADRO B2.a**Calendario del Corso di Studio e orario delle attività formative**

<https://unig.esse3.cineca.it/Start.do>

QUADRO B2.b**Calendario degli esami di profitto**

<https://unig.esse3.cineca.it/ListaAppelliOfferta.do>

QUADRO B2.c**Calendario sessioni della Prova finale**

<https://unig.esse3.cineca.it/BachecaAppelliDCT.do>

QUADRO B3**Docenti titolari di insegnamento**

Sono garantiti i collegamenti informatici alle pagine del portale di ateneo dedicate a queste informazioni.

N.	Settori	Anno di corso	Insegnamento	Cognome Nome	Ruolo	Crediti	Ore	Docente di riferimento per corso
1.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Advanced Data Analysis link	REINHOLD HEINRICHJOST CV		6	48	

2.	IUS/18	Anno di corso 1	Advanced Food and Trade Law link	FINO MICHELE CV	PA	9	72
3.	CHIM/10	Anno di corso 1	Applied Gastronomic Sciences: Food Transformations in Cooking link	MORINI GABRIELLA CV	RU	6	48
4.	BIO/08	Anno di corso 1	Ecology and Terroir link	CEVASCO ROBERTA CV	PA	6	48
5.	SECS-P/01	Anno di corso 1	Economics and Development Policy link	SACCONE DONATELLA	RD	6	48
6.	NN	Anno di corso 1	Field Project link			8	64
7.	SECS-P/07	Anno di corso 1	Food Industry Management link	GARZIA CARMINE CV	PA	9	72
8.	NN	Anno di corso 1	Preparatory Workshops link			4	100
9.	SPS/08	Anno di corso 1	Sociology and Consumer Behaviour Analysis link	ONORATI MARIAGIOVANNA CV	PA	8	64
10.	NN	Anno di corso 2	Anthropology and Multiculturalism (<i>modulo di Focus: Innovation, Creativity and Culture of Food</i>) link	FONTEFRANCESCO MICHELE CV		6	48
11.	NN	Anno di corso 2	Communication for Food Marketing (<i>modulo di Focus: Entrepreneurship in the Food Industry</i>) link	FARONE MIA CV		6	48
12.	M-FIL/04	Anno di corso 2	Critical Gastronomy and Communication link	PERULLO NICOLA CV	PA	8	64
13.	NN	Anno di corso 2	Entrepreneurial Strategy (<i>modulo di Focus: Entrepreneurship in the Food Industry</i>) link	GARZIA CARMINE CV	PA	6	48

14.	NN	Anno di corso 2	Final Thesis link			16	128
15.	M-STO/04	Anno di corso 2	Food Culture link	CINOTTO SIMONE CV	PA	6	32
16.	NN	Anno di corso 2	New Frontiers of Gastronomy (modulo di Focus: Innovation, Creativity and Culture of Food) link	PIERONI ANDREA CV	PO	6	48
17.	NN	Anno di corso 2	Stage link			10	80
18.	ICAR/13	Anno di corso 2	Systemic Food Design link	FASSIO FRANCO CV	RD	6	48

QUADRO B4

Aule

Descrizione link: Planimetrie Strutture Ateneo

Link inserito: http://ftparea.unisg.it/Planimetrie_Della_Sede/

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Aule 2018/2019

QUADRO B4

Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: campus

Link inserito: <https://www.unisg.it/home/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Laboratori e supporti informatici

QUADRO B4

Sale Studio

Descrizione link: Link alla sezione del sito UNISG dedicata alla biblioteca/sale studio

Link inserito: <https://www.unisg.it/campus/biblioteca/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Sala studio e luogo di aggregazione

QUADRO B4

Biblioteche

Descrizione link: Link alla sezione del sito UNISG dedicata alla biblioteca

Link inserito: <https://www.unisg.it/campus/biblioteca/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Biblioteca 31.12.2017

QUADRO B5

Orientamento in ingresso

L'ufficio comunicazione dell'Ateneo ha come mission principale quella di promuovere l'offerta formativa dell'Università.

27/02/2018

A questa si affiancano la diffusione, su scala nazionale e internazionale, dell'identità di UNISG, dei suoi progetti didattici ed educativi e dei suoi rapporti con le aziende.

Nel 2017 l'Ufficio comunicazione ha svolto attività di marketing research per approfondire l'analisi e la conoscenza del target di riferimento degli studenti di ciascun Corso di Studio.

Sono stati analizzati in particolare:

o i dati statistici in merito alla provenienza di tutti gli studenti

o i dati raccolti attraverso il servizio Google analytics

o il mercato internazionale degli studenti che scelgono di studiare all'estero

A seguito di questa indagine, l'attività di promozione e orientamento si è concentrata, in particolare, nelle seguenti aree geografiche:

- per l'Italia, in Piemonte, Liguria, Lombardia, Veneto, Emilia-Romagna, Toscana, Campania, Puglia e Sicilia;

- per l'Estero, in Germania, Svizzera, Paesi Scandinavi, Stati Uniti d'America, Giappone, India, Corea del Sud e Cina.

L'analisi svolta ha evidenziato i canali attraverso i quali gli studenti iscritti all'Ateneo sono venuti a conoscenza dell'offerta formativa dell'Università:

- il 35% attraverso gli studenti frequentanti e Alumni,

- il 25% attraverso Slow Food,

- il 20% attraverso il sito e ricerche on line,

- il 5% attraverso giornali o riviste,

- il 5% attraverso eventi o fiere di orientamento a cui l'Ateneo ha preso parte,

- il 10% attraverso altri canali.

Nel 2017, la strategia di comunicazione dell'Ateneo ha previsto il potenziamento delle attività di promozione on-line sia attraverso specifiche campagne su Google e sui social media sia attraverso la diffusione di articoli, video e messaggi sui siti e i social media gestiti da Slow Food.

Al fine di rafforzare la presenza dell'Ateneo a eventi di orientamento internazionali e di incrementare l'internazionalizzazione, nel 2018, l'Ateneo ha formalizzato l'adesione all'Associazione Uni-Italia, costituita il 30 luglio 2010 tra il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, il Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca, il Ministero dell'Interno, con l'obiettivo di favorire l'attrazione di studenti e ricercatori stranieri verso le università italiane, attraverso l'attività di promozione dell'offerta formativa italiana, e di favorire la cooperazione universitaria fra l'Italia e gli altri Paesi.

L'Ateneo continua a partecipare ai maggiori saloni dell'orientamento in Italia e agli eventi all'estero, in particolare quelli organizzati

da Slow Food.

Descrizione link: Link alla sezione del sito UNISG dedicata all'orientamento in ingresso

Link inserito: <https://www.unisg.it/servizi/giornate-aperte/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Attivit di orientamento - 2017

QUADRO B5

Orientamento e tutorato in itinere

Il Mentoring si definisce come quell'attività tramite cui il mentore condivide con un'altra persona (in questo contesto specifico: uno studente) le proprie conoscenze ed esperienze con l'obiettivo di promuoverne lo sviluppo nelle dimensioni personale e professionale. Si caratterizza necessariamente per essere un rapporto uno-a-uno che si colloca temporalmente in un periodo di transizione della vita dello studente, quale può essere la frequenza di un corso di laurea.

15/02/2018

Gli obiettivi principali del Mentoring sono il monitoraggio della carriera accademica e la raccolta dei bisogni relativi all'area personale dello studente e il raccordo con le diverse realtà presenti nell'Università, svolgendo un'azione di:

- accoglienza della sua unicità e individualità, ponendosi come punto di riferimento per lo studente fin dal suo ingresso in Università;
- ascolto della sua storia di vita e di studente, aiutandolo e responsabilizzandolo, nei limiti del possibile e del proprio ruolo, a trovare un equilibrio di fronte a eventuali difficoltà e problemi;
- accompagnamento dello studente nella scoperta dei propri interessi e delle proprie potenzialità
- supporto nello svolgimento della carriera accademica e nello sviluppo della crescita professionale.

Il mentoring si caratterizza come un servizio individuale su richiesta volontaria, tuttavia tutti i mentori, 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.

Descrizione link: Link alla sezione del sito UNISG dedicata al Mentoring

Link inserito: <https://www.unisg.it/servizi/mentoraggio/>

Pdf inserito: [visualizza](#)

Descrizione Pdf: Linee guida Mentoring 2018

QUADRO B5

Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

Tra le attività svolte dal Career Center dell'Ateneo c'è l'organizzazione e la gestione dei tirocini formativi, curriculari ed extra-curriculari, sia in Italia che all'estero, per gli studenti iscritti ai Corsi di Studio e per i laureati.

15/02/2018

A questo fine, il Career Center pone in atto le seguenti attività per l'organizzazione del tirocinio:

- a. definizione settore di attività e sede di tirocinio con il tirocinante

- b. primo contatto con l'azienda ospitante
- c. definizione, redazione e sottoscrizione del Progetto di tirocinio a firma del tirocinante, del legale rappresentante dell'azienda/ente ospitante e del Direttore dell'UNISG;
- d. redazione e sottoscrizione della Convenzione di tirocinio, a firma del legale rappresentante dell'azienda/ente ospitante e del Direttore dell'UNISG;
- e. inserimento dati in data base e verifica delle procedure
- f. invio a tirocinante e azienda del foglio presenze.

Durante lo svolgimento del tirocinio, il Career Center si fa carico delle seguenti attività:

- a. monitoraggio periodico con il tirocinante
- b. monitoraggio periodico con il tutor dell'azienda/ente ospitante
- c. gestione dell'eventuale trasferta durante tirocinio
- d. gestione dell'eventuale fine anticipata del tirocinio ed eventuale ricerca di una nuova sede
- e. gestione dell'eventuale proroga del tirocinio.

A conclusione del tirocinio, sono poste in atto le seguenti attività:

- a. gestione dichiarazione di fine tirocinio
- b. invio e ricezione modulo di feedback ad azienda/ente ospitante e al tirocinante
- c. verifica foglio presenze e comunicazione alla Segreteria Studenti per eventuale riconoscimento CFU.

Descrizione link: Link alla sezione del sito UNISG dedicata al Career Center

Link inserito: <https://career.unisg.it/>

QUADRO B5

Assistenza e accordi per la mobilità internazionale degli studenti

In questo campo devono essere inserite tutte le convenzioni per la mobilità internazionale degli studenti attivate con Atenei stranieri, con l'eccezione delle convenzioni che regolamentano la struttura di corsi interateneo; queste ultime devono invece essere inserite nel campo apposito "Corsi interateneo".

Per ciascun Ateneo straniero convenzionato, occorre inserire la convenzione che regola, fra le altre cose, la mobilità degli studenti, e indicare se per gli studenti che seguono il relativo percorso di mobilità sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo. In caso non sia previsto il rilascio di un titolo doppio o multiplo con l'Ateneo straniero (per esempio, nel caso di convenzioni per la mobilità Erasmus) come titolo occorre indicare "Solo italiano" per segnalare che gli studenti che seguono il percorso di mobilità conseguiranno solo il normale titolo rilasciato dall'ateneo di origine.

I corsi di studio che rilasciano un titolo doppio o multiplo con un Ateneo straniero risultano essere internazionali ai sensi del DM 1059/13.

Nessun Ateneo

QUADRO B5

Accompagnamento al lavoro

A decorrere dall'A.A. 2011/2012 è attivo l'ufficio di orientamento al lavoro dell'Ateneo, oggi Career Center, composto da 4 figure professionali a ciò interamente dedicate.

MISSION

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.

SERVIZI E ATTIVITA'

FORMAZIONE E ORIENTAMENTO AL LAVORO

In collaborazione con CorpTalk, Socio Sostenitore UNISG, il Career Center ha sviluppato il programma di career design "Cultivating your Career", rivolto agli studenti frequentanti e ai laureati.

Il programma è articolato in 4 moduli distinti e consequenziali (Preparing the soil, Seeding, Growing, Fertilizing and pruning) corredati da esercizi e schede usufruibili individualmente, in piccoli gruppi o collettivamente tramite workshops condotti in aula dal Career Center. Tutto il materiale è disponibile online sul sito <https://career.unisg.it/>

A livello generale i contenuti dei moduli sono i seguenti:

1. Preparing the soil: focalizzato sulla presa di consapevolezza del proprio approccio alla carriera, delle proprie competenze professionali e sull'analisi dei propri punti di forza, di debolezza e conseguenti strategie attivabili (SWOT Analysis)
2. Seeding: focalizzato sull'individuazione della propria vision di carriera
3. Growing: focalizzato sulla creazione e comunicazione della propria proposta di valore professionale (definizione del proprio profilo professionale, CV e cover letter, colloquio di lavoro)
4. Fertilizing and pruning: focalizzato sulla ricerca e individuazione di esperienze di tirocinio, stage e lavoro.

Il Career Center, inoltre, supporta inoltre individualmente gli studenti e i laureati mediante sessioni di coaching individuale finalizzate all'analisi del profilo professionale e della vision di carriera, alla ricerca del tirocinio o di opportunità lavorative. Nel caso specifico degli studenti del Corso di Laurea Magistrale, al termine del suddetto percorso di orientamento in aula ed essendo previsto dal loro piano di studi la realizzazione di un tirocinio curriculare, vengono svolte sessioni di coaching personalizzate. Il percorso è strutturato su una media di 5 colloqui individuali finalizzati all'individuazione, contatto e creazione dell'opportunità di tirocinio presso realtà il più possibile in linea con il profilo e le aspettative dello studente.

INTERMEDIAZIONE AL LAVORO

Il Career Center offre diversi servizi di intermediazione al lavoro, rivolgendosi agli studenti, ai laureati e alle aziende ed enti del settore agroalimentare italiano e internazionale.

Gli strumenti e le iniziative messe a disposizione sono:

- Sito web Career Center: nella sezione Jobs & Internships vengono pubblicate offerte di stage e lavoro offerte da aziende ed enti italiani e internazionali e dedicate ai gastronomi UNISG;
- Head Hunting per conto di aziende del network UNISG: le aziende/enti Soci Sostenitori e Partner Strategici possono usufruire di un servizio personalizzato di co-recruiting e di supporto in fase di preselezione dei candidati.

EVENTI

Ogni anno il Career Center organizza diversi eventi di recruiting e di orientamento alla carriera. Nello specifico:

- Career Fair: evento di più giorni che favorisce il contatto diretto studenti/laureati con aziende e organizzazioni italiane e internazionali del settore agroalimentare
- Selection Days: giornate di recruiting interamente dedicate a singole aziende e organizzazioni del network UNISG
- Alumni Tea Time: sessioni di incontri con ex studenti dell'Ateneo alla scoperta delle opportunità di carriera post laurea.

ALUMNI NETWORK E MONITORAGGIO DELLE CARRIERE

Il Career Center dispone di una figura interamente dedicata allo sviluppo e promozione del network degli Alumni dell'Ateneo e al monitoraggio dei percorsi di carriera anche tramite l'elaborazione annuale di statistiche sulla condizione occupazionale degli ex studenti.

Descrizione link: Link alla sezione del sito UNISG dedicata al Career Center

Link inserito: <https://career.unisg.it/>

QUADRO B5

Eventuali altre iniziative

QUADRO B6

Opinioni studenti

Trattandosi di un Corso di Laurea Magistrale di nuova istituzione, il cui primo anno di corso sarà attivato nell'A.A. 2018/2019, al momento della chiusura della presente SUA-CdS non sono disponibili i dati di cui al presente quadro. ^{15/02/2018}

QUADRO B7

Opinioni dei laureati

Trattandosi di un Corso di Laurea Magistrale di nuova istituzione, il cui primo anno di corso sarà attivato nell'A.A. 2018/2019, al momento della chiusura della presente SUA-CdS non sono disponibili i dati di cui al presente quadro. ^{15/02/2018}

**QUADRO C1****Dati di ingresso, di percorso e di uscita**

Trattandosi di un Corso di Laurea Magistrale di nuova istituzione, il cui primo anno di corso sarà attivato nell'A.A. 2018/2019, al momento della chiusura della presente SUA-CdS non sono disponibili i dati di cui al presente quadro. ^{15/02/2018}

QUADRO C2**Efficacia Esterna**

Trattandosi di un Corso di Laurea Magistrale di nuova istituzione, il cui primo anno di corso sarà attivato nell'A.A. 2018/2019, al momento della chiusura della presente SUA-CdS non sono disponibili i dati di cui al presente quadro. ^{15/02/2018}

QUADRO C3**Opinioni enti e imprese con accordi di stage / tirocinio curriculare o extra-curriculare**

Trattandosi di un Corso di Laurea Magistrale di nuova istituzione, il cui primo anno di corso sarà attivato nell'A.A. 2018/2019, al momento della chiusura della presente SUA-CdS non sono disponibili i dati di cui al presente quadro. ^{15/02/2018}