Informazioni generali sul Corso di Studi

Università	Università degli Studi di SCIENZE GASTRONOMICHE
Nome del corso in italiano	Management dell'industria alimentare *(IdSua:1617122)*
Nome del corso in inglese	Food Industry Management
Classe	LM/GASTR - Scienze economiche e sociali della gastronomia
Lingua in cui si tiene il corso	inglese
Eventuale indirizzo internet del corso di laurea	https://www.unisg.it/corsi-iscrizioni/laurea-magistrale/
Tasse	
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 Accademico
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		PA	1	
2.	FINO	Michele Antonio		PO	1	
3.	GARZIA	Carmine		PA	1	
4.	ONORATI	Maria Giovanna		PA	1	

5.	PERULLO	Nicola		PO	1	
6.	ROMANO	Chiara		RD	1	

Rappresentanti Studenti	Gray Gertrude Matilda g.gray@studenti.unisg.it Lozzi Valerio v.lozzi@studenti.unisg.it
Gruppo di gestione AQ	Michele Fino Carmine Garzia Charlotte Santamaria
Tutor	Carmine GARZIA Maria Giovanna ONORATI Paolo CORVO Gabriele PROGLIO

Il Corso di Studio in breve

15/04/2025

Il Corso di Laurea Magistrale è pensato per la formazione di analisti, manager, consulenti ed esperti, specializzati nella gestione e nell'innovazione nel settore del Food & Beverage, e fornisce una solida conoscenza dei sistemi alimentari e dei processi economici, sociali e culturali legati al cibo.
Il laureato magistrale può operare in aziende o in istituzioni pubbliche o non governative. Il laureato magistrale ha la capacità di analizzare il contesto socio-economico e i mercati agroalimentari con l'utilizzo di strumenti analitici quantitativi e qualitativi, di prevederne i principali trend e di evidenziarne le problematiche connesse. Grazie alle conoscenze specifiche in tema di storia e cultura del cibo, produzioni agroalimentari e processi di trasformazione del cibo è in grado infatti di proporre soluzioni innovative. Grazie alle competenze in materia gestionale e giuridica è in grado di implementare le soluzioni sviluppate valutandone l'impatto economico 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 e dei titoli. 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.

Il percorso di studi si caratterizza per l'organizzazione di un viaggio didattico durante il biennio che consta in visite e attività didattiche supervisionate da uno o più tutor presso produttori e aziende del settore agroalimentare. Gli studenti beneficiano di una formazione ad hoc ex ante (prima del viaggio) e di una attività di debreafing e razionalizzazione ex post (a conclusione del viaggio). Il viaggio si svolge in Italia o all'estero e si focalizza sulle produzioni alimentari nazionali di eccellenza.
Il percorso di studi prevede, tra le altre attività didattiche, un "immersive training" 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.

Nota Bene: L'uso generico del maschile singolare per tutti i sostantivi indicanti qualifica od attività professionale (e.g. il docente, il laureato, lo studente) è da considerarsi quale inclusivo di ogni genere.

Link: https://www.unisg.it/corsi-iscrizioni/laurea-magistrale-in-food-industry-management/

QUADRO A4.a | Obiettivi formativi specifici del Corso e descrizione del percorso formativo

13/03/2024

Il laureato magistrale acquisisce una cultura di tipo specialistico basata su una solida conoscenza del sistema gastronomico e acquisisce una serie di conoscenze analitiche e gestionali specifiche per il settore agroalimentare, che gli permettono di svolgere le seguenti attività:
- operare in posizione manageriale all'interno delle seguenti funzioni aziendali: pianificazione strategica, marketing, commerciale, sviluppo internazionale - in imprese che si occupano di produzione e commercializzazione di prodotti agroalimentari di qualità e che abbiano sviluppato un'offerta innovativa in termini di prodotti/servizi;
- fornire un contributo rilevante, grazie alle competenze analitiche e specialistiche acquisite, nei processi decisionali all'interno di aziende specializzate nelle produzioni alimentari di qualità interconnesse con il territorio;
- operare nel settore dell'editoria e dell'educazione, in particolare nel campo della informazione, comunicazione e promozione dei prodotti alimentari di qualità, con l'ausilio delle nuove tecnologie multimediali;
- operare nei settori che offrono risposta ai nuovi bisogni dell'economia sostenibile quali: il consumo critico e responsabile, il commercio equo e solidale, la filiera corta, la riduzione dell'impatto ambientale dei metodi e dei modelli di produzione agroalimentare.

Il corso prevede un'articolazione in quattro semestri (due anni), gli insegnamenti sono distribuiti secondo una logica che consente di acquisire conoscenze multidisciplinari sinergiche all'interno dei semestri.

Tutte le attività formative previste dalla Laurea Magistrale si tengono in lingua inglese.

Gli insegnamenti erogati si caratterizzano per una didattica attiva che prevede momenti di analisi e preparazione svolti singolarmente e in gruppo, presentazioni alla classe ed esercitazioni. Il corso prevede l'utilizzo di una piattaforma apposita per l'e-learning, fruibile da docenti e studenti su PC e sui dispositivi portatili, che supporta la didattica tradizionale in aula.

Il percorso di studi si caratterizza per l'organizzazione di un viaggio didattico durante il biennio che consta in visite e attività didattiche supervisionate da uno o più tutor presso produttori e aziende del settore agroalimentare. Gli studenti beneficiano di una formazione ad hoc ex ante (prima del viaggio) e di una attività di debreafing e razionalizzazione ex post (a conclusione del viaggio). Il viaggio si svolge in Italia o all'estero e si focalizza sulle produzioni alimentari nazionali di eccellenza.

Il percorso di studi prevede, tra le altre attività didattiche, un “immersive training” su temi legati all'innovazionme che viene condotto presso un’istituzione partner internazionale, (un incubatore d’impresa/centro di innovazione tecnologica) con il coinvolgimento di docenti, manager e startupper e che prevederà momenti di lezione frontale, visite in azienda e lavori di gruppo dedicati all’innovazione, il tutto sotto la supervisione di docenti e tutor UNISG.

Tra le altre attività didattiche è prevista la conduzione di un field project. I field project sono progetti applicati di carattere interdisciplinare realizzati da gruppi di studenti sotto la guida di un docente per conto di aziende e/o istituzioni nazionali o internazionali che conferiscono al gruppo di lavoro un formale mandato per l'analisi e per la soluzione di problematiche aziendali//gestionali/di comunicazione. Tali progetti, assimilabili nei contenuti a progetti di consulenza o di ricerca applicata, sono sottoposti a un processo strutturato di sviluppo con una verifica periodica dello stato di avanzamento e a un feedback formale da parte del committente. Questa attività consente di applicare le conoscenze acquisite e di sviluppare le soft skills.

Il percorso di studi prevede la realizzazione di un tirocinio svolto in aziende o istituzioni con cui UNISG ha rapporti consolidati. La scelta del tirocinio viene effettuata attraverso un servizio di placement personalizzato per ciascuno studente

che viene erogato dall'Ateneo, che si occupa di individuare il tirocinio più coerente con gli ambiti disciplinari a cui lo studente è maggiormente interessato e in cui verosimilmente svolgerà il lavoro di tesi.

Tutti gli studenti del corso beneficiano del servizio di mentoring in cui hanno a disposizione un docente con cui si incontrano nel corso dell'anno accademico e a cui riferiscono sull'andamento del proprio percorso di studi. Il servizio di mentoring è posto sotto la direzione di un delegato del Rettore e di norma tutti gli incontri sono oggetto di verbalizzazione e archiviazione.

QUADRO A4.b.1 — Conoscenza e comprensione, e Capacità di applicare conoscenza e comprensione: Sintesi

Conoscenza e capacità di comprensione	Il Corso ha l'obiettivo di preparare neo laureati in grado di coniugare conoscenze analitiche di carattere qualitativo e quantitativo, con conoscenze specialistiche relative al settore agroalimentare, con conoscenze in ambito economico, gestionale e giuridico. Il laureato magistrale acquisisce conoscenze di tipo analitico che gli permettono di comprendere problematiche di mercato, problematiche di carattere aziendale e problematiche macro-economiche, utilizzando sia strumenti analitici quantitativi sia strumenti analitici qualitativi. Grazie alle conoscenze specifiche in tema di storia e cultura del cibo, produzioni agroalimentari, processi di trasformazione del cibo, il laureato magistrale è in grado di comprendere i fenomeni sociali e culturali e di sviluppare soluzioni di tipo innovativo alle problematiche riscontrate. Grazie alle conoscenze in materia gestionale e giuridica il laureato magistrale è in grado di implementare le soluzioni sviluppate comprendendo e valutando l'impatto economico, finanziario e giuridico. La valutazione dei singoli insegnamenti prevede una parte di verifica in aula, durante lo sviluppo dell'attività didattica, attraverso esercitazioni o assignment individuali e di gruppo ed una valutazione affidata all'esame finale, che, di norma, è scritto. Le esercitazioni o assignment individuali e di gruppo, previste nell'ambito degli insegnamenti, si svolgono, di norma, sulla base di casi empirici con un forte legame con l'attività di ricerca condotta in Ateneo. Anche gli esami hanno un taglio empirico, di applicazione di modelli e strumenti analitici a casi empirici. In questo modo s'intende stimolare lo sviluppo della capacità di comprensione delle problematiche di carattere aziendale e politico-sociale.	
Capacità di applicare		

conoscenza e comprensione	Il percorso formativo è stato progettato affinché il laureato magistrale possa svolgere le seguenti attività analitiche e gestionali: - progettare e condurre ricerche di mercato utilizzando diversi strumenti di raccolta ed elaborazione dei dati; - contribuire a gestire processi creativi e di innovazione nelle aziende del settore agroalimentare; - definire le politiche e le strategie operative di marketing nelle aziende del settore; - valutare l'impatto legale e sociale delle scelte strategiche ed operative. Al fine di acquisire le capacità di applicare le conoscenze acquisite gli insegnamenti prevedono oltre la parte teorica una parte empirica/applicata (sottoposta ad uno specifico processo di verifica) attraverso la quale gli studenti possono sviluppare il know-how operativo necessario ad applicare le conoscenze acquisite. Tutto il percorso didattico è supportato da una piattaforma di e-learning - Learning Management System. Tutti gli insegnamenti impartiti beneficiano di una pagina dedicata della piattaforma che consente di effettuare una verifica dell'apprendimento con cadenza quotidiana, somministrando e correggendo assignment, lavori di gruppo ed individuali. Tutti gli insegnamenti impartiti prevedono la frequenza obbligatoria che viene rilevata attraverso una piattaforma informatica sviluppata ad hoc per UNISG che consente di verificare costantemente la partecipazione degli studenti alle attività didattiche. Il laureato magistrale apprende come applicare le conoscenze acquisite nell'ambito dei diversi insegnamenti sviluppando i field project, ovvero il progetto applicato per aziende ed istituzioni, durante il quale il processo di apprendimento è verificato attraverso diversi momenti di confronto con il tutor del progetto e con il corpo docente. Un ulteriore metodo di apprendimento è costituito dal tirocinio formativo, nell'ambito del quale lo studente opera sotto la supervisione di un tutor accademico (un docente di ruolo o a contratto) e di un rappresentante dell'ufficio placement, a cui riferisce con cadenza almeno bisettimanale e che si occupano di verificare il corretto andamento del percorso di apprendimento delle conoscenze e competenze.	

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 economia politica e di politica economica;
2) conoscenze di economia aziendale e management con particolare riguardo all'innovazione sostenibile;
3) conoscenze in materia giuridica per quanto attiene la difesa della proprietà intellettuale, i regolamenti che interessano la produzione e la commercializzazione del cibo e i temi di sovranità alimentare.

Tutti gli insegnamenti afferenti a questo ambito prevedono un approfondimento delle conoscenze attinenti alla sostenibilità economica, sociale e ambientale con particolare attenzione ai temi legati al consumo critico e responsabile, al commercio equo e solidale, alla filiera corta e alla riduzione dell'impatto ambientale dei metodi e dei modelli di produzione agroalimentare.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area di apprendimento delle discipline economiche, gestionali e giuridiche sviluppa nello studente capacità di pianificazione e controllo delle performance aziendali, nonché la capacità di gestire analisi di mercato ed elaborare strategie innovative sostenibili. In particolare, le conoscenze acquisite dallo studente lo rendono capace di supportare i processi decisionali di sistemi o aziende specializzati nella produzione e commercializzazione di prodotti alimentari. La conoscenza degli aspetti giuridici è fondamentale per pianificare la fattibilità e la corretta implementazione delle strategie elaborate.

Lo studente acquisisce inoltre la capacità di supportare la progettazione e pianificazione di politiche di sviluppo sostenibile applicate nell'ambito di imprese e istituzioni pubbliche o non governative. Lo studente è quindi in grado di condurre analisi di tipo socio-economico e assessment legali funzionali allo sviluppo e alla definizione di tali politiche legate ai temi del settore agroalimentare a livello locale, nazionale e internazionale.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
Visualizza Insegnamenti
Chiudi Insegnamenti
Advanced Food and Trade Law url
Economic Scenario Analysis url
Food Industry Strategic Management url
Strategic Marketing for 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;
5) materie prime, preparazioni e processi di trasformazione del cibo con particolare riferimento all'innovazione green e all'economia circolare.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

L'area di apprendimento delle discipline della gastronomia sviluppa nello studente capacità di analizzare e gestire processi decisionali e di innovazione nelle aziende e organizzazioni operanti nella produzione e distribuzione agroalimentare sostenibile e di qualità. Lo studente è in grado di collegare le produzioni agroalimentari locali ai paesaggi e alle culture e di riconoscerne, analizzarne e valutarne la natura storica, ambientale e culturale. Lo studente è altresì in grado di comprendere e applicare in maniera critica i concetti di ecologia, agroecologia, sostenibilità ambientale, sostenibilità integrale e innovazione sostenibile. Lo studente è capace anche di esaminare e approfondire i processi della continua co-evoluzione tra uomo e ambiente.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
Visualizza Insegnamenti
Chiudi Insegnamenti
Circular Economy for Food url
Ecology, Sustainability and Food Systems url
Food for Thought: Taste, Culture and Communication url
Future Food & Ingredients 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 segmenti di mercato ed analizzando cluster specifici di comportamenti di consumo anche in chiave comparativa, con particolare attenzione al consumo responsabile e sostenibile;
2) l'evoluzione delle dinamiche competitive all'interno dei diversi comparti del settore agroalimentare, in particolare per quanto attiene alle scelte strategiche delle aziende di diverse dimensioni;
3) i fenomeni di cambiamento sociale, le migrazioni, i grandi fenomeni di evoluzione demografica.

Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Il laureato magistrale sarà in grado di progettare e condurre ricerche empiriche e di mercato utilizzando, ed eventualmente combinando, diversi strumenti di raccolta ed acquisizione dei dati, quali: interviste (strutturate e semi-strutturate), questionari, osservazione partecipata.
Il laureato magistrale conosce le principali banche dati internazionali nell'ambito delle scienze sociali ed economiche e per la misurazione della sostenibilità, le tecniche di acquisizione ed elaborazione dei "big data" e sa utilizzare i social network per condurre ricerche di carattere economico e sociale focalizzate sul settore agroalimentare.

Le conoscenze e capacità sono conseguite e verificate nelle seguenti attività formative:
Visualizza Insegnamenti
Chiudi Insegnamenti
Data Analysis for Strategic Decisions url
Sociology of Food Consumers url

QUADRO A4.c

Autonomia di giudizio
Abilità comunicative
Capacità di apprendimento

Autonomia di giudizio	I laureati magistrali saranno in grado di fornire un contributo innovativo e rilevante nella progettazione di prodotti e servizi nel settore agroalimentare. I laureati saranno capaci di valutare criticamente i mutamenti micro e macroeconomici di specifici ambiti territoriali, al fine di intervenire con appropriate politiche di sviluppo, interpretando il valore della comunicazione tecnica e ideologica relativa agli alimenti e alla loro fruizione.	

	Questa autonomia di giudizio è garantita da un approccio multidisciplinare e sistemico ai problemi della produzione ispirato ai criteri della durabilità e della sostenibilità, dagli insegnamenti relativi all'economia politica all'analisi strategica e al diritto L'autonomia acquisita e verificata nelle attività di tirocinio è particolarmente importante ai fini dello sviluppo di capacità di giudizio e comportamento autonomo da parte del laureato.	
Abilità comunicative	Il piano formativo della Laurea Magistrale prevede l'insegnamento di competenze comunicative specifiche per il settore alimentare ed in particolare relative ai new media e ai social network. Il laureato, nel corso del biennio, è direttamente coinvolto in azioni di promozione nazionale ed internazionale di prodotti e servizi legati al settore agroalimentare. Il laureato magistrale sarà in grado di esprimersi in modo chiaro ed efficace in qualsiasi contesto; sarà in grado di fare una presentazione in pubblico utilizzando i più moderni strumenti informatici. Queste abilità saranno raggiunte attraverso la discussione e presentazione di risultati di ricerca empirica e casi in aula e/o nei lavori di gruppo, la presentazione in sede di accertamento delle conoscenze e attraverso la conduzione dei field project. Tra le altre attività didattiche si segnala l'importanza dell'immersive training sulla digital communication e l'AI come elemento qualificante per lo sviluppo delle abilità comunicative. La stesura della tesi di laurea offre inoltre un'ulteriore opportunità di approfondimento e di verifica delle abilità comunicative sviluppate.	
Capacità di apprendimento	Il laureato magistrale avrà acquisito capacità di apprendimento che gli permetteranno di essere autonomo nell'approfondire e sviluppare le proprie conoscenze e competenze relative all'innovazione nel settore food & beverage. Tale capacità sarà acquisita attraverso la partecipazione all'attività didattica d'aula (in particolare a quella di tipo partecipativo), il field project e le relative attività di ricerca empirica e sviluppo di soluzioni, lo studio individuale ed il lavoro di ricerca svolto per la stesura della tesi di laurea. La verifica del processo di apprendimento di queste conoscenze avviene prevalentemente attraverso le esercitazioni previste durante gli insegnamenti e gli esami previsti al termine degli stessi. In particolare le esercitazioni sono sviluppate sull'applicazione a problemi di carattere empirico dei modelli analitici illustrati in classe.	

QUADRO A1.a — Consultazione con le organizzazioni rappresentative - a livello nazionale e internazionale - della produzione di beni e servizi, delle professioni (Istituzione del corso)

11/03/2024

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: olismo, 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 rappresentati 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_Consult_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)

13/03/2024

Il 7 novembre 2018 si è tenuto l'incontro di Revisione del Corso di Laurea, un tavolo di confronto con organizzazioni esterne portatrici di interesse, reali o potenziali, verso l'Università per discutere specifici aspetti dell'offerta formativa relativi a conoscenze, capacità e professionalità da raggiungere.
A tale incontro, convocato dal Rettore e dal Direttore del Corso di Laurea, sono stati invitati diversi contributori esterni (studiosi, scienziati, accademici e professionisti, aziende, associazioni e rappresentanti degli enti territoriali).
All'incontro erano presenti (oltre ai contributori interni - docenti, presidenza, staff UNISG) rappresentanti di aziende, organizzazioni e associazioni nazionali e internazionali, quali Milan Center Food Law and Policy, FAO, UNESCO Venezia, Fondazione Teobaldo Fenoglio, Slow Food, Eataly, Cir Food.
L'incontro è stato dedicato a una prima revisione del Corso di Laurea, attivato nell'ambito della Classe di Laurea L/GASTR in Scienze, Culture e Politiche per la Gastronomia, che ha sostituito il precedente Corso di Laurea in Scienze Gastronomiche (Classe di Laurea L/26), ponendosi in continuità con lo stesso.
L'incontro con le parti sociali si è sviluppato attorno a 4 focus specifici: Contenuti e Obiettivi Formativi; Metodi e Strategie Didattiche; Viaggi Didattici; Profili Professionali e Sbocchi occupazionali.
Il dibattito si è focalizzato in primo luogo sul contenuto degli insegnamenti, la loro collocazione e sugli obiettivi formativi specifici del Corso di Laurea.
Successivamente, la riflessione si è concentrata sulle modalità di apprendimento e sugli strumenti didattici necessari al perseguimento degli obiettivi formativi, allo sviluppo dell'esperienzialità, all'integrazione tra didattica e ricerca e all'affinamento del materiale di supporto.
Infine si è affrontato il tema dei Viaggi didattici (e le relative attività di verifica), la necessità di una loro più organica integrazione nell'offerta didattica complessiva e il maggiore coinvolgimento di operatori del settore e interlocutori operanti sul territorio.
Il dibattito si è concluso con una riflessione circa le figure professionali da formare, gli ambiti lavorativi e le funzioni dei laureati in un contesto di lavoro. In particolare, il dibattito ha riguardato le conoscenze, le abilità e le competenze necessarie affinché i laureati operino efficacemente nei relativi contesti.
I partecipanti hanno espresso un generale apprezzamento per il modello formativo illustrato. In particolare, è stato apprezzato il fatto che il Corso di Laurea sia strutturato come un percorso di studi nel quale lo studio teorico è accompagnato dalla pratica e dalla sperimentazione sul campo o in laboratorio di quanto appreso in aula. Sono emersi, altresì, tre rilievi fondamentali: la necessità di approfondire il tema della governance dei sistemi alimentari e delle food policy; l'opportunità di affinare il metodo didattico, anche per rispondere alle esigenze espresse dagli studenti internazionali; l'importanza di proseguire nella creazione di profili con visione aperta e formazione interdisciplinare su scala globale.

Nel corso dell'autunno del 2023 l'Ateneo ha intrapreso una riflessione finalizzata a una parziale riprogettazione del Corso,

raccogliendo le istanze delle parti sociali, con le quali si sono tenute due audizioni il 6 e 14 novembre, e i suggerimenti provenienti dai rappresentanti degli studenti e del corpo docente.
Dalle discussioni e riflessioni intraprese è emersa una trasformazione nel mercato del lavoro che ha portato le imprese del settore a richiedere figure sempre più specializzate in grado di avere un approccio analitico ai mercati e al marketing strategico, basato sulla conoscenza dei principali strumenti di data analysis e pianificazione, supportati da una profonda conoscenza di prodotti e processi produttivi, con particolare riguardo alle filiere di produzione. Le parti sociali hanno evidenziato l'opportunità di riprogettare il Corso di Laurea dando maggiore spazio allo sviluppo di competenze di tipo analitico e ai temi del marketing e della comunicazione, con particolare riguardo alle conoscenze degli strumenti digitali.

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Verbali consultazioni parti sociali 6-14/11/2023

QUADRO A2.a — 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:
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.

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.

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.

Responsabile/membro del team di pianificazione strategica

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

competenze associate alla funzione:
Analisi dello scenario competitivo, in particolare della domanda e dei concorrenti.
Identificazione delle opportunità di crescita interna (attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti e/o nuovi canali distributivi) e di crescita esterna.
Sviluppo di piani industriali.
Gestione della CSR e delle politiche per la sostenibilità aziendale.
Analisi dei trend istituzionali, sociali e geopolitici e del loro impatto sulle imprese del settore agroalimentare.
Definizione delle linee guida delle politiche di comunicazione istituzionale.
Gestione dei rapporti con gli stakeholder istituzionali, quali gli interlocutori politici, le associazioni di consumatori e le NGO.

sbocchi occupazionali:
Responsabile o membro (quadro o dirigente) di team di pianificazione strategica all'interno d'imprese del settore agroalimentare di grandi dimensioni operanti nella produzione e/o distribuzione e/o somministrazione.

CSR manager, manager con delega alla sostenibilità, manager con delega alle relazioni istituzionali.
Gli sbocchi occupazionali si rivolgono alle imprese di grandi dimensioni che hanno strutture organizzative sufficientemente articolate per inserire laureati magistrali con questo tipo di profilo professionale.

QUADRO A2.b — Il corso prepara alla professione di (codifiche ISTAT)

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

QUADRO A3.a — Conoscenze richieste per l'accesso

26/03/2024

Il Corso di Laurea Magistrale si propone come un corso di studi multidisciplinare, focalizzato sulle tematiche delle scienze gastronomiche declinate in ottica di gestione aziendale con un focus specifico sull'innovazione sostenibile.
Il Corso di Laurea Magistrale è istituito con un accesso programmato, definito annualmente. I candidati all'ammissione alla Laurea Magistrale verranno vagliati tramite l'esame di curriculum e titoli e un test analitico somministrato on line.
Il corso di studi è stato progettato per tenere conto delle conoscenze effettivamente in possesso di studenti provenienti da diversi Corsi di Laurea, interessati allo sviluppo di un percorso formativo orientato ai temi delle scienze gastronomiche.
Sono ammessi al Corso di Laurea Magistrale:

- laureati in possesso di un titolo di laurea triennale conseguito nell'ambito delle seguenti classi di laurea:
1. L-4 - Disegno industriale
2. L-5 – Filosofia
3. L-9 – Ingegneria industriale
4. L-10 - Lettere
5. L-12 - Mediazione linguistica
6. L-14 - Scienze dei servizi giuridici
7. L-15 - Scienze del turismo
8. L-16 - Scienze dell'amministrazione e dell'organizzazione
9. L-18 - Scienze dell'economia e della gestione aziendale
10. L-20 - Scienze della comunicazione
11. L-25 - Scienze e tecnologie agrarie e forestali
12. L-26 - Scienze e tecnologie alimentari
13. L-33 - Scienze economiche
14. L-36 - Scienze politiche e delle relazioni internazionali
15. L-42 - Storia
16. L-GASTR - Scienze, Culture e Politiche della Gastronomia

e nelle corrispondenti classi previste dal DM 4 agosto 2000.

- laureati in possesso di un titolo di laurea magistrale a ciclo unico conseguito nell'ambito della classe di laurea LMG/01 - Classe delle lauree magistrali in giurisprudenza.

Possono altresì accedere al corso i laureati, provenienti da Classi di laurea triennale o specialistica, in classi diverse da quelle sopra specificate, previa delibera del Consiglio Accademico, che abbiano acquisito almeno 40 crediti, anche erogati in Master di Primo Livello, di cui:

- almeno 15 crediti nei settori scientifico-disciplinari indicati nell'ambito delle Scienze Economiche, Sociali e Politiche: SECS-P/01 - Economia politica; SECS-P/02 - Politica economica; SECS-P/06 - Economia applicata; SECS-P/07 - Economia aziendale; SECS-P/08 - Economia e gestione delle imprese; SECS-P/10 - Organizzazione aziendale; SECS-P/13 - Scienze merceologiche - SPS/04 - Scienza politica; SPS/06 - Storia delle relazioni internazionali; SPS/07- Sociologia generale; SPS/08 - Sociologia dei processi culturali e comunicativi; SPS/09 - Sociologia dei processi economici e del lavoro; SPS/10 - Sociologia dell'ambiente e del territorio; M-GGR/02 - Geografia economico-politica.

- i rimanenti 25 crediti nei settori scientifico-disciplinari nei restanti ambiti sotto elencati:

o Ambito giuridico
- IUS/01 - Diritto privato; IUS/02 - Diritto privato comparato; IUS/03 - Diritto agrario; IUS/04 - Diritto commerciale; IUS/05 - Diritto dell'economia; IUS/08 - Diritto costituzionale; IUS/09 - Istituzioni di diritto pubblico; IUS/10 - Diritto amministrativo; IUS/12 - Diritto tributario; IUS/13 - Diritto internazionale; IUS/14 - Diritto dell'Unione Europea; IUS/18 - Diritto romano e diritti dell'antichità;

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

o Ambito delle scienze ambientali
- BIO/01 - Botanica generale; BIO/03 - Botanica ambientale e applicata; BIO/04 - Fisiologia vegetale; BIO/05 - Zoologia; BIO/07 - Ecologia; BIO/19 - Microbiologia; ICAR/15 - Architettura del paesaggio.

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

Studenti internazionali che hanno conseguito il titolo all'estero

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.

QUADRO A3.b | Modalità di ammissione

24/04/2025

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.

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Procedura di ammissione 2024-2025

QUADRO A4.d | Descrizione sintetica delle attività affini e integrative

13/03/2024

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

QUADRO A5.a Caratteristiche della prova finale

11/03/2024

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.

QUADRO A5.b Modalità di svolgimento della prova finale

15/04/2025

La prova finale consiste nella presentazione e discussione di un elaborato originale, redatto dallo studente sotto la guida di un docente relatore.
Per essere ammesso alla prova finale, lo studente deve aver superato gli esami di profitto relativi agli insegnamenti caratterizzanti e affini, acquisito i crediti relativi all'immersive training sulla digital innovation e l'AI, alle attività formative a scelta, al field project e al tirocinio formativo.
La redazione dell'elaborato finale e la sua esposizione davanti alla Commissione esaminatrice in sede di prova finale attribuiscono al candidato il numero di CFU indicato nel Manifesto degli Studi.
La Commissione esaminatrice è composta secondo quanto stabilito dal Regolamento Tesi.
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 può essere scritto in lingua italiana o inglese. Analogamente, l'esposizione della prova finale può avvenire in lingua italiana o inglese.
La Commissione, valutando l'esposizione del candidato, tenendo conto del giudizio espresso dal Relatore e di eventuali sanzioni disciplinari (art. 9 del Regolamento studenti e iscrizioni), assegna un punteggio compreso tra 0 e 6, risultante da una media ponderata fra qualità dell'elaborato (2/3) e qualità della sua esposizione (1/3)
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 e alla sua esposizione. 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.

Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: DISPOSIZIONI PER LA REDAZIONE E LA PRESENTAZIONE DELL’ELABORATO FINALE

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

Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Regolamento Didattico

Link: https://www.unisg.it/corsi-iscrizioni/laurea-magistrale-in-food-industry-management/

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

https://unisg.esse3.cineca.it/Start.do

QUADRO B2.b — Calendario degli esami di profitto

https://unisg.esse3.cineca.it/ListaAppelliOfferta.do

QUADRO B2.c — Calendario sessioni della Prova finale

https://unisg.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.	IUS/18	Anno di corso 1	Advanced Food and Trade Law link	FINO MICHELE ANTONIO	PO	8	40	✔
2.	IUS/18	Anno di	Advanced Food and Trade Law	BAIRATI	PA	8	24	

		corso 1	link	LORENZO				
3.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Data Analysis for Strategic Decisions link	REINHOLD HEINRICH JOST		6	56	
4.	SECS-S/06	Anno di corso 1	Data Analysis for Strategic Decisions link	GARZIA CARMINE	PA	6	8	
5.	BIO/07	Anno di corso 1	Ecology, Sustainability and Food Systems link	ROMANO CHIARA	RD	6	8	✔
6.	BIO/07	Anno di corso 1	Ecology, Sustainability and Food Systems link	ZOCCHI DAURO		6	40	
7.	SECS-P/02	Anno di corso 1	Economic Scenario Analysis link	SACCONE DONATELLA	RD	6	64	
8.	NN	Anno di corso 1	Field experience: Innovation Project with companies link			6		
9.	SECS-P/07	Anno di corso 1	Food Industry Strategic Management link	GARZIA CARMINE	PA	8	64	✔
10.	M-FIL/04	Anno di corso 1	Food for Thought: Taste, Culture and Communication link	ANTONIAZZI LUCA	RD	8	32	
11.	M-FIL/04	Anno di corso 1	Food for Thought: Taste, Culture and Communication link	PERULLO NICOLA	PO	8	32	✔
12.	CHIM/10	Anno di corso 1	Future Food & Ingredients link	POVIGNA CAROL		8	8	
13.	CHIM/10	Anno di corso 1	Future Food & Ingredients link	PIOCHI MARIA	RD	8	24	
14.	CHIM/10	Anno di corso 1	Future Food & Ingredients link	TIRELLI LORENZO		8	8	
15.	CHIM/10	Anno di corso 1	Future Food & Ingredients link	MORINI GABRIELLA	RU	8	16	
16.	CHIM/10	Anno di corso 1	Future Food & Ingredients link	BURACCO NAHUEL		8	8	
17.	SPS/08	Anno di corso 1	Sociology of Food Consumers link	ONORATI MARIA GIOVANNA	PA	8	64	✔
18.	ICAR/13	Anno di corso 2	Circular Economy for Food link	FASSIO FRANCO	PA	6	24	✔
19.	ICAR/13	Anno di corso 2	Circular Economy for Food link	TECCO NADIA		6	24	
20.	PROFIN_S	Anno di corso 2	Final Thesis link			16		
21.	NN	Anno di	Food Innovation Lab link	MORINI	RU	6	24	

		corso 2		GABRIELLA				
22.	NN	Anno di corso 2	Food Innovation Lab link	GARZIA CARMINE	PA	6	24	
23.	NN	Anno di corso 2	Media Lab link	ANTONIAZZI LUCA	RD	6	48	
24.	NN	Anno di corso 2	Stage link			10		
25.	NN	Anno di corso 2	Start-up & Entrepreneurship Lab link	AMBROSIO ANTONIO		6	20	
26.	NN	Anno di corso 2	Start-up & Entrepreneurship Lab link	ZENDRINI FULVIO		6	20	
27.	NN	Anno di corso 2	Start-up & Entrepreneurship Lab link	FASSIO FRANCO	PA	6	8	
28.	SECS-P/08	Anno di corso 2	Strategic Marketing for Food Industry link			6		
29.	NN	Anno di corso 2	Study Trip with Immersive Training in Digital Innovation link			6		
30.	NN	Anno di corso 2	Wine Innovation Lab link	FINO MICHELE ANTONIO	PO	6	24	
31.	NN	Anno di corso 2	Wine Innovation Lab link	POMARICI EUGENIO		6	24	

QUADRO B4 | Aule

Descrizione link: Planimetrie Strutture Ateneo
Link inserito: http://ftparea.unisg.it/Planimetrie_Della_Sede/
Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Aule Ateneo

QUADRO B4 | Laboratori e Aule Informatiche

Descrizione link: campus
Link inserito: https://www.unisg.it/campus/
Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Laboratori

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: Sale Studio

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

QUADRO B5 Orientamento in ingresso

30/04/2025

Le attività di Orientamento in entrata sono coordinate dall'ufficio 'Orientamento e Recruitment', che opera con l'obiettivo di:
- promuovere i CdL dell'ateneo all'interno di Scuole Superiori, fiere di orientamento e eventi fisici o digitali di orientamento;
- supportare i candidati nella scelta consapevole, approfondendo il piano di studi e fornendo le informazioni necessarie sul processo di ammissione.

L'ufficio ha la responsabilità di creare un piano di azioni che si dividono in 3 comparti:
- Creazione di strategie di promozione e di raccolta dati per costruzione di report
- Promozione programmi e supporto all'iscrizione
- Organizzazione eventi di orientamento e sessioni informative

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: Attività orientamento in ingresso_2024

QUADRO B5 Orientamento e tutorato in itinere

08/04/2025

Il servizio di Mentoring

Definizione e obiettivi del servizio di Mentoraggio
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.

Modalità di svolgimento
All'inizio dell'anno accademico, la Responsabile del mentoraggio assegna a ogni studente un mentore che lo accompagnerà per gli anni di frequenza del corso di laurea.
Gli studenti del primo anno (Triennale e Magistrale) ricevono un invito via email dal loro mentore entro ottobre per un preliminare incontro collettivo di persona. In questa occasione il mentore si rende disponibile a ricevere i suoi studenti tra ottobre e metà dicembre (prima tornata di mentoraggio). Gli studenti del secondo e terzo anno vengono convocati dal proprio mentore via e-mail.
Ogni mentore deve calendarizzare con i propri studenti almeno due incontri annuali, uno per ciascun semestre (tornata autunnale e tornata primaverile). Gli studenti devono essere convocati con congruo anticipo, e calcolando almeno 15 minuti per ciascuno studente. Nel caso in cui uno studente non si presentasse per cause di forza maggiore, deve essere riconvocato in una seconda data. Occorre che il mentore incontri personalmente tutti gli studenti mentorati.
Durante gli incontri individuali, che si svolgeranno il più possibile in forma di dialogo e conversazione approfondita e costruttiva, il mentore discute con lo studente sia del suo rendimento accademico (puntualità e profitto negli esami) sia della sua esperienza complessiva di vita universitaria, dei progetti e della crescita personale. Non ci sono moduli predisposti, in modo da non vincolare gli incontri a uno schema prefissato e lasciare libertà nel dialogo.
Per garantire l'efficacia del servizio ed evitare che si trasformi in uno spazio incentrato su problematiche non pertinenti alla sua funzione, occorre che gli studenti siano dai mentori correttamente indirizzati alle figure referenti appropriate per eventuali criticità.
I due incontri periodici con gli studenti assegnati non esauriscono il ruolo del mentore, che è e resta il punto di riferimento a cui ciascuno studente può rivolgersi in qualunque momento per problemi, comunicazioni o richieste di consigli. Tutti i momenti anche informali di interazione con gli studenti mentorati sono quindi utili e incoraggiati.

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 Mentoraggio

QUADRO B5 — Assistenza per lo svolgimento di periodi di formazione all'esterno (tirocini e stage)

24/04/2025

Tra le attività svolte dal Career Center dell'Ateneo si evidenziano:

il supporto alla ricerca dell'esperienza di tirocinio/stage, in linea con le aspirazioni e i profili professionali degli studenti e laureati
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.

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

Definizione del settore di attività e sede di tirocinio con il tirocinante, tramite sessioni di coaching individuale, piattaforma di intermediazione online e eventi dedicati (es. Career Fair)
primo contatto con l'azienda/ente ospitante
definizione, redazione e sottoscrizione del Progetto di tirocinio a firma del tirocinante, del legale rappresentante dell'azienda/ente ospitante e del Direttore dell'UNISG;
redazione e sottoscrizione della Convenzione di tirocinio, a firma del legale rappresentante dell'azienda/ente ospitante e del Direttore dell'UNISG;
inserimento dati in database e verifica delle procedure realizzate
invio della procedura per lo svolgimento del corso online generale sulla sicurezza del lavoro
invio a tirocinante e azienda del foglio presenze.

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

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

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

gestione dichiarazione di fine tirocinio
invio e ricezione modulo di feedback ad azienda/ente ospitante e al tirocinante
verifica foglio presenze ed 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 regolamenta, 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.

Pdf inserito: visualizza
Descrizione Pdf: Accordo UNISG-USI

È stato attivato un percorso di doppio titolo (Double Degree) con l'Università della Svizzera italiana (USI) nell'ambito del Master in International Tourism, equipollente a una Laurea Magistrale nell'ordinamento italiano. Questo programma offre agli studenti di ciascun Ateneo la possibilità di trascorrere il primo semestre del secondo anno presso l'altro Ateneo, conseguendo un minimo di 30 ECTS tramite gli insegnamenti e le altre attività pianificate. Il numero massimo di studenti ammessi a partecipare è di 10 per Ateneo. Il percorso è regolato da una specifica convenzione tra i due Atenei. Link inserito: https://www.usi.ch/en/education/master/international-tourism

n.	Nazione	Ateneo in convenzione	Codice EACEA	Data convenzione	Titolo
1	Svizzera	UNIVERSITÃ DELLA SVIZZERA ITALIANA - USI		13/06/2024	doppio

QUADRO B5 Accompagnamento al lavoro

24/04/2025

A decorrere dall'A.A. 2024/2025 è attivo l'ufficio di orientamento al lavoro dell'Ateneo, oggi Career Center, composto da 3 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
A partire dal 2016, il Career Center in collaborazione con CorpTalk, agenzia di consulenza statunitense, ha sviluppato il programma di career design "Cultivating your Career", rivolto agli studenti frequentanti e ai laureati.
Il programma è suddiviso in diversi moduli distinti e consequenziali corredati da esercizi e schede fruibili 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/.
Questo programma ha subito negli anni diversi adattamenti e modifiche in un'ottica di ampliamento e miglioramento dell'offerta e di adattamento alle esigenze delle nuove generazioni di studenti.
A partire dall'anno accademico 2021/2022 il Career Center porta a compimento il progetto di lungo termine legato alla formazione trasversale, fornendo seminari in aula non alle singole classi ma a gruppi misti di studenti di tutti i corsi in modo da permettere uno scambio esperienziale quanto più arricchente possibile e massimizzando le possibilità di incontro.
A partire dall'anno accademico 2024/2025, il format é stato completamente modificato per andare incontro alle esigenze dei GenZ, fornendo loro pacchetti di formazione della durata massima di un'ora su temi specifici scelti dagli studenti, organizzati in piccoli gruppi a loro scelta in orari a loro scelta all'interno del calendario dle Career Center.
In questo modo il Career Center intende fornire una formazione specifica sulle reali esigenze degli studenti in modo da evitare inutili dispersioni.

A livello generale i contenuti della formazione in aula sono i seguenti:
Un primo pacchetto di moduli focalizzati 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.
Un secondo modulo focalizzato sull'individuazione della propria vision di carriera mediante un processo di mind mapping e sviluppo di prospettive ipotetiche.
Un terzo ed ultimo gruppo di moduli focalizzati sulle dinamiche del mercato del lavoro e sulla creazione e comunicazione

della propria proposta di valore professionale (definizione del proprio profilo professionale, CV e cover letter, colloquio di lavoro).

Nel caso specifico degli studenti del Corso di Laurea Magistrale, oltre ai lavori a piccoli gruppi misti vengono proposti percorsi brevi di coaching individuale per la realizzazione di tirocini estivi e per l'orientamento di lungo periodo.
Il percorso è strutturato su una media di non meno 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.

Tutte le attività a piccoli gruppi si svolgono in presenza, mentre per i colloqui uno a uno lo studente può scegliere la modalità che preferisce al momento della prenotazione.

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.

Oltre a questi servizi tipicamente inbound rivolti alle aziende, il Career Center caratterizza il proprio approccio in maniera fortemente outbound, dialogando costantemente con aziende italiane e internazionali per trovare le migliori soluzioni per i propri studenti.

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
Career Fair Connect: giornate di recruiting interamente dedicate a singole aziende e organizzazioni del network UNISG

Descrizione link: Link alla sezione del sito UNISG dedicata al Career Center
Link inserito: https://career.unisg.it/

QUADRO B5 | Eventuali altre iniziative

24/04/2025

Il Career Center si occupa dello sviluppo e promozione del network degli Alumni dell'Ateneo.
Le principali attività realizzate sono le seguenti:
- monitoraggio dei percorsi di carriera anche tramite l'elaborazione annuale di statistiche sulla condizione occupazionale degli ex studenti;
- gestione del programma UNISG Ambassadors;
- realizzazione di eventi di incontro tra ex studenti;
- gestione dell'app dedicata al network Alumni;
- creazione opportunità di incontro professionale tra studenti e Alumni e tra Alumni stessi.
Link inserito: https://www.unisg.it/alumni-network/

QUADRO B6 | Opinioni studenti

29/08/2025

Descrizione link: Opinione studenti
Link inserito: https://www.unisg.it/assicurazione-qualita/opinione-studenti-didattica/
Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Opinione studenti LM_2024_2025

QUADRO B7 | Opinioni dei laureati

01/09/2025

Pdf inserito: visualizza

Descrizione Pdf: Alma Laurea_profilo laureati_2024