

Master universitario di 1° livello in
FOOD & BEVERAGE: GESTIONE E SOSTENIBILITÀ DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE
III edizione

Insegnamento: *Marketing e Comunicazione*

Docenti: *prof.ri Edoardo Fornari e Marta Pietroboni*

Obiettivi del corso e risultati di apprendimento previsti: Il corso si propone di fornire agli studenti gli strumenti fondamentali per la pianificazione di Marketing e per la gestione delle attività di Comunicazione in azienda. In particolare, il corso permetterà agli studenti di acquisire le competenze necessarie per gestire le dimensioni del Marketing strategico e operativo, oltre che per affrontare le tematiche della Comunicazione aziendale, con un vocabolario tecnico adeguato alle richieste del mondo aziendale.

Contenuti del corso: Attraverso un'integrazione tra contenuti teorici e pratici, il corso fornisce le basi applicative necessarie a muovere i primi passi nel mondo del Marketing e, più specificamente, della Comunicazione, con un focus specifico sul settore agro-alimentare e sui temi della sostenibilità ambientale. Più precisamente, i contenuti del corso (ed i rispettivi Crediti Formativi Universitari, CFU) si articoleranno attraverso quattro moduli distinti, così strutturati:

Moduli del corso	Crediti (CFU)
MODULO 1 (<i>prof. Edoardo Fornari</i>): Il piano di Marketing, analisi, pianificazione strategica e implementazione	<i>CFU modulo: 1</i>
MODULO 2 (<i>prof. Edoardo Fornari</i>): Le leve del Marketing-mix nel settore agroalimentare	<i>CFU modulo: 1</i>
MODULO 3 (<i>prof.ssa Marta Pietroboni</i>): Le fondamenta della comunicazione e la comunicazione tecnica	<i>CFU modulo: 1</i>
MODULO 4 (<i>prof.ssa Marta Pietroboni</i>): Laboratori di comunicazione scritta e incontri con esperti del settore	<i>CFU modulo: 1</i>
Totale corso	<i>CFU TOT: 4</i>

Testi di riferimento: Indicazioni bibliografiche specifiche e materiale integrativo saranno forniti direttamente dai Docenti durante le lezioni.

Metodologia didattica: Il corso si baserà su una combinazione tra lezioni frontali, analisi/discussione collettiva di casi studio pratici, esercitazioni. Al fine di massimizzare l'efficacia del corso, in alcune fasi potranno partecipare, in affiancamento ai Docenti, figure aziendali con esperienza specifica e applicativa.

Modalità di erogazione: Per ognuno dei moduli del corso, le modalità di erogazione dei rispettivi contenuti saranno i seguenti:

<i>Contenuto del programma</i>	<i>Modalità di insegnamento</i>	<i>Partner/Testimonial coinvolti</i>
1) MODULO 1: Il piano di Marketing, analisi, pianificazione strategica e implementazione	Lezioni frontali e discussione in aula di casi studio	--
2) MODULO 2: Le leve del Marketingmix nel settore agro-alimentare	Lezioni frontali, discussione in aula di casi studio ed esercitazione in gruppi	--
3) MODULO 3: Le fondamenta della comunicazione e la comunicazione tecnica	Lezioni frontali e tavole rotonde con esperti del settore	Flavio Merlo (docente Unicatt, e socio di Cibi) e Alessandra Meda (collaboratrice di Cibi, precedentemente Vogue)
4) MODULO 4: Laboratori di comunicazione scritta e incontri con esperti del settore	Workshop operativo e tavola rotonda con esperti del settore	Michele Milani (esperto di comunicazione e fondatore del progetto the Gardener) e chef da confermare

Criteri di valutazione: La valutazione degli studenti si baserà sulla presenza costante alle lezioni dei vari moduli, sulla partecipazione attiva durante le stesse lezioni, i casi studio e le tavole rotonde con gli esperti del settore, oltre che sui risultati delle esercitazioni/dei workshop proposti dai Docenti.

Note e prerequisiti: Non sono necessari prerequisiti specifici per poter frequentare il corso, né viene richiesto dai Docenti lo studio preliminare di materiali relativi ai temi che verranno affrontati nei diversi moduli.