

Allegato B2 - A.A. 2024-2025

Corso di Laurea magistrale in Scienza ed economia del cibo - classe LM/GASTR

Curriculum unico

Quadro degli obiettivi formativi specifici e delle propedeuticità

Rau, art. 12, comma 2, lettera b

N.	Insegnamento	Settore SSD	Obiettivi formativi specifici	CFU
1a	Food brand management - modulo del C.I. Gestione del marchio e diritto alimentare	SECS-P/08	Il corso si propone di fornire allo studente le seguenti conoscenze: dall'advertising al branding. La marca come dispositivo comunicazionale e come "progetto di senso": marca come "traduttore", come valore (anche economico) e come racconto; Brand chart e sistema di significazione della marca; Mapping semiotico dei valori di consumo; il modello BAV (Brand Asset Valuator); analizzare il ciclo di vita e la "personalità" di marca; visual identity, brand naming, packaging, design di prodotto; Analisi delle posizioni strategiche: marca leader, marca sfidante, marca di nicchia, marca imitatrice; decisioni relative alla marca: marche del produttore, marche commerciali, licensing e co-branding; sistemi: dal brand prodotto al corporate brand; strategie: line extension, category extension, marche multiple, creazione di nuove marche; Consumer Brand Engagement: dimensione cognitiva, affettiva e comportamentale; Marca e comportamenti d'acquisto del nuovo consumatore; dal processo d'acquisto all'esperienza di consumo: lo shopping emozionale e ricreativo; rappresentazioni spaziali del brand: luoghi d'acquisto e sedi aziendali; marche e generazioni "digitali": linguaggi del consumo e strategie di brand connection. Alla fine del corso lo studente sarà in grado di: conoscere la logica di analisi, i concetti di base e la terminologia specialistica necessari per leggere e analizzare le modalità di funzionamento della marca, intesa come strumento essenziale nelle strategie di comunicazione delle aziende contemporanee, con specifico riferimento alle problematiche inerenti le imprese del settore agro-alimentare; utilizzare gli strumenti del branding per identificare strategie e azioni di comunicazione applicabili a specifici casi aziendali nelle food industries.	6
2	Bilancio delle aziende agroalimentari	SECS-P/07	Il corso intende offrire agli studenti strumenti e metodologie di rilevazione contabile per arrivare alla determinazione periodica del reddito di esercizio e del capitale di funzionamento, nonché ad una valutazione dell'economicità, in particolare per le aziende agroalimentari. La metodologia tradizionale di rilevazione contabile per le aziende di produzione viene coniugata con criteri interpretativi specifici per quelle agroalimentari. Vengono inoltre proposti casi aziendali per i principali settori in cui si articola l'ambito economico con la partecipazione attiva degli studenti. Al termine del corso lo studente sarà in grado di conoscere le caratteristiche fondamentali del bilancio aziendale, effettuare le principali rilevazioni contabili per le aziende agroalimentari e valutarne la situazione economico-finanziaria.	6
3	Fermentazioni alimentari ed evoluzione umana	AGR/16	Evoluzione dei prodotti fermentati nel divenire dell'umanità con particolare riguardo a produzioni etniche da salvaguardare. Rapporti tra materie prime locali e loro trasformazioni attraverso fermentazioni naturali e guidate. Significato sociale, economico e produttivo di prodotti fermentati in diverse aree geografiche. Studio delle problematiche inerenti a tali produzioni. Significato dell'evoluzione tra tradizione e industrializzazione. Significato della valorizzazione di prodotti ottenuti con metodi tradizionali o l'impiego di microrganismi starter per migliorare la loro qualità sensoriale e igienico-sanitaria. Fornire allo studente le conoscenze di microbiologia applicate agli alimenti; implementazione e controllo sistemi di produzione di metaboliti e di biomasse microbiche. Valutazione del loro impatto nell'industria alimentare.	6
4a	Filiere alimentari - modulo del C.I. Economia circolare e filiere alimentari	AGR/15	Il corso si propone di fornire allo studente la conoscenza delle principali filiere alimentari con riferimento sia a prodotti di origine animale che vegetale. In particolare, il corso si focalizzerà principalmente sulle filiere di prodotti tipici e tradizionali del territorio regionale e nazionale. Sarà inoltre condotta un'analisi critica dei fattori che condizionano la sicurezza e la qualità dei prodotti considerati. Il corso prevederà anche alcuni approfondimenti tematici attraverso seminari condotti da esperti esterni e visite in azienda.	6
4b	Economia circolare e settore agroalimentare - modulo del C.I. Economia circolare e filiere alimentari	AGR/01	Il corso si prefigge di fornire agli studenti una comprensione approfondita delle sfide e delle opportunità legate all'applicazione dei principi dell'economia circolare nel settore agroalimentare. Durante il corso lo studente acquisirà conoscenze teoriche e pratiche utili a promuovere la sostenibilità e la riduzione degli sprechi nel sistema agroalimentare. Nello specifico il corso, dopo aver definito i concetti di economia circolare e sistema agroalimentare si occuperà di declinarli alle filiere agroalimentari tipiche e tradizionali del territorio regionale e nazionale. Le conoscenze acquisite durante le lezioni e le visite aziendali consentiranno agli studenti di analizzare e/o sviluppare progetti di economia circolare nel settore agroalimentare.	6
1b	Diritto alimentare e sfide dell'innovazione e della sostenibilità - modulo del C.I. Gestione del marchio e diritto alimentare	IUS/03	Il corso è volto a formare gli studenti sulle novità normative che stanno interessando il settore alimentare, nella sua dimensione multilivello (nazionale, dell'Unione europea e internazionale), a fronte delle sfide poste dall'innovazione tecnologica e digitale, nonché dalla necessità di perseguire gli obiettivi dello sviluppo sostenibile, di carattere ambientale, economico e sociale. Specifica attenzione sarà rivolta alla disciplina del commercio on-line di alimenti, all'impatto della digitalizzazione sul mercato alimentare e alla comunicazione della sostenibilità dei prodotti alimentari.	6

N.	Insegnamento	Settore SSD	Obiettivi formativi specifici	CFU
5	Economia dei mercati agroalimentari	AGR/01	Il corso intende offrire agli studenti strumenti e metodologie statistiche sia tradizionali, sia innovative per misurare le determinanti comportamentali dei consumatori nei confronti di prodotti alimentari, e di sviluppare capacità di analisi riguardo ai principali strumenti che, per interpretare il mercato, possono essere declinati nelle realtà aziendali. Verranno analizzati i principali elementi della teoria economica per l'analisi del mercato agro-alimentare. Per la comprensione della complessità delle filiere agro-alimentari si farà un approfondito riferimento a metodologie di ricerca e di analisi dei dati principalmente finalizzati a studiare la percezione e la reattività dei consumatori di fronte a diversi stimoli rappresentati da prodotti alimentari e dalle loro innovazioni. Specifica attenzione sarà posta nell'analisi di diversi casi studio da cui gli studenti potranno trarre ispirazione nella produzione di un "project work".	6
6	Comunità, territorio e cibo	M-GGR/01	Il corso intende offrire strumenti teorici e analitici per analizzare i rapporti tra il territorio, le comunità locali e la distribuzione geografica sia a macro che a micro scala del cibo e più in generale dell'alimentazione, offrendo una visione d'insieme capace di illustrare le potenzialità dei territori e la loro attrattività basata sul trinomio: agricoltura- paesaggio-cibo, con una attenzione anche al turismo enogastronomico. Il corso mira a rafforzare le conoscenze e a fornire competenze su: a) i rapporti spaziali tra cibo e territorio; b) le relazioni tra globale e locale dei prodotti agroalimentari; c) le forme di valorizzazione della produzione agroalimentare e i rapporti con il turismo enogastronomico; d) il ruolo delle comunità (popolazioni) per la tutela, la promozione e la valorizzazione del cibo anche attraverso il senso dei luoghi.	6
7	Semiotica del cibo	M-FIL/05	Il corso intende ricostruire i presupposti e i principali metodi di un approccio filosofico al cibo. In questo modo, lo studente sarà in grado di collocare e interpretare il problema del cibo a partire da un punto di vista più ampio e sistematico. Ricostruendo le direttrici fondamentali delle ricerche e del dibattito sul cibo degli ultimi decenni, il corso mira a informare e a rafforzare le conoscenze dello studente su: 1. l'interpretazione del cibo in chiave semiologica, ovvero la lettura del cibo come un sistema di comunicazione e di condivisione; 2. La rilevanza estetica di tale sistema; 3. Gli aspetti interdisciplinari dei Food Studies; 4. Le implicazioni e le ricadute socio-antropologiche dell'esperienza gastronomica. Accanto a lezioni esclusivamente teoriche, il corso offrirà costantemente analisi di casi e di esempi significativi.	6
8	Elementi di gestione finanziaria	SECS-P/11	Il corso si prefigge di fornire una introduzione di carattere generale ai principi della Finanza aziendale per poi sviluppare le tematiche dei fabbisogni finanziari e delle loro coperture. Nello specifico il corso sarà organizzato in tre parti. La prima parte si occuperà di affrontare le nozioni di base della Finanza aziendale ovvero: la struttura finanziaria; il Capitale circolante; il Capitale fisso; i debiti finanziari; i mezzi propri; la leva finanziaria; il costo del capitale. La seconda parte si focalizzerà sui fabbisogni finanziari, la determinazione del fabbisogno di capitale circolante e di capitale fisso, le specificità delle imprese di ristorazione e delle filiere alimentari. Nella terza parte saranno affrontate le coperture dei fabbisogni finanziari, il mercato del capitale di rischio, del capitale di debito, il mercato creditizio, le forme tecniche di finanziamento del capitale circolante e del capitale fisso.	6
9	Modelli di percezione sensoriale	AGR/15	L'insegnamento ha l'obiettivo generale di fornire conoscenze riguardo alle tecniche per valutare la qualità sensoriale degli alimenti, con una attenzione particolare ai test sul consumatore. Saranno a tal fine illustrati i principi della consumer science e considerati i fattori che condizionano le scelte e il comportamento dei consumatori. Il corso mira inoltre a fornire agli studenti gli strumenti utili a raccogliere ed interpretare i dati relativi a test di preferenza, accettabilità e focus group e prevede un'ampia parte dedicata ad esercitazioni pratiche nel laboratorio di analisi sensoriale	6
10a	Impatto nutrizionale ed ambientale del consumo di alimenti - modulo del C.I. Composizione e impatto nutrizionale-ambientale degli alimenti	MED/49	Il corso intende fornire strumenti per la valutazione di aspetti nutrizionali e di impatto ambientale di alimenti, preparazioni e diete, con particolare focus sul confronto tra alimenti di nuova e vecchia generazione e ricette, e sugli alimenti destinati a gruppi specifici inseriti nel contesto della ristorazione collettiva e commerciale. Il corso mira a far apprendere allo studente le modalità per la valutazione dell'apporto nutrizionale e di impatto ambientale di un pasto compresi i fattori di rischio legati ad un consumo non adeguato degli alimenti ed a inserirle in un contesto di prevenzione primaria e promozione della salute. Verranno inoltre forniti cenni dei principali modelli alimentari protettivi e discusse le principali false credenze in nutrizione.	4
10b	Rischio contaminanti e tutela della qualità degli alimenti - modulo del C.I. Composizione e impatto nutrizionale-ambientale degli alimenti	CHIM/10	Il corso intende fornire conoscenze sull'origine e presenza di contaminanti negli alimenti, effetti sulla salute del consumatore, normativa, e strategie per mitigarne la presenza. Si prefigge inoltre di fornire agli studenti strumenti utili a comprendere le interazioni alimento-imballaggio, con particolare riferimento ad aspetti legati a qualità, sicurezza e sostenibilità dei materiali di imballaggio. Verranno inoltre trattati aspetti legati alla tutela della qualità dei prodotti agro-alimentari, con particolare riferimento ad alcuni prodotti dell'eccellenza Italiana, al contrasto alle frodi, e alla conoscenza degli enti preposti al controllo della qualità. Verranno forniti gli strumenti per conoscere gli alimenti per gruppi specifici di popolazione e gli integratori alimentari attraverso il loro inquadramento normativo, e aspetti legati alla loro sicurezza.	4