

Master di I° livello

Cultura dell'alimentazione e delle tradizioni enogastronomiche



XIII edizione

Finalità

Il Master affronta il tema del cibo a 360 gradi attraverso un approccio multidisciplinare: antropologico-culturale, nutrizionale, economico, della comunicazione e marketing. E' rivolto a coloro che operano nei settori pubblici e privati interessati alla tutela e alla valorizzazione, nonché alla promozione e allo sviluppo dell'industria alimentare, del turismo culturale ed enogastronomico e che intendono acquisire o perfezionare conoscenze teoriche, metodologiche e pratiche.

Destinatari

- Operatori delle micro-imprese ristorative e agro-industriali
- Addetti della pubblica amministrazione, dei consorzi di produzione e di tutela e degli enti d'ambito
- Organizzatori di eventi promozionali del cibo e di kermesse enogastronomiche
- Specialisti del marketing operanti nel settore della distribuzione organizzata
- Esperti, giornalisti e consulenti della comunicazione settoriale specializzata
- Studiosi della cultura del cibo e addetti ai settori dell'archivistica della museografia, della ricerca documentaria e del collezionismo pubblico e privato/aziendale

Durata e organizzazione del master

L'inizio del Master è previsto a marzo 2017. L'attività formativa corrisponde a 60 crediti formativi, pari a 1500 ore di studio.

Possibilità di scelta tra due modalità di frequenza:

- **modalità blended:** 90 ore di lezione distribuite in 5 incontri in presenza a Roma nel fine settimana, a cadenza mensile; studio a distanza di moduli didattici erogati online; project work finale
- **modalità presenziale:** 400 ore di lezione distribuite in 9 giorni al mese, da marzo a luglio; laboratori, esercitazioni, testimonianze, visite a mercati, enti, aziende; Tirocinio formativo curriculare

Le lezioni sono comprensive di un Modulo di orientamento al lavoro e di lezioni integrative di approfondimento relative al lavoro di progetto.

La frequenza è obbligatoria sia per le attività d'aula che per quelle a distanza.

Articolazione

1. Storia e cultura enogastronomica

- *Storia dell'alimentazione*
- *Le dimensioni culturali del gusto*
- *Il cibo tra tradizione, industria, educazione, identità e sovranità*
- *L'identità culinaria italiana*
- *La cucina romana*
- *Breve storia gastronomica attraverso le spezie*
- *Estetica del cibo*
- *Cibo e cinema*
- *La linguistica del cibo*
- *I Cereali: aspetti agronomici, gastronomici e filologici*

2. Scienza dell'alimentazione

- *La dieta mediterranea italiana di riferimento*
- *La transizione nutrizionale*
- *La medicina 4p applicata alla nutrizione*
- *Alimenti funzionali e componenti nutraceutiche*
- *Nutrizione e salute: il processo NACCP*
- *Analisi sensoriale (laboratori olio, vino, formaggio, salumi)*



3. Contenuti e metodi dell'offerta turistica

- *Antropologia e cultura del viaggio*
- *Evoluzione della pratica turistica dal Grand Tour al turismo sostenibile*
- *Nuovi turismi e pratiche del territorio: la ricerca dell'autenticità tra local food ed esperienza della ruralità*
- *Prodotti tipici, agriturismo e nuovi stili di vita metropolitani*
- *Le filiere alimentari del tipico e l'azienda agroalimentare multifunzionale*
- *Lo sviluppo di un territorio attraverso il turismo enogastronomico*

4. La dimensione economica dell'agroalimentare. Prodotti tipici, management, imprese

- *Il mercato agroalimentare*
- *Mappa della produzione agroalimentare, distribuzione ed evoluzione della domanda e dell'offerta*
- *I prodotti tipici e i Consorzi di tutela*
- *Gli strumenti di tutela: DOP, IGP, STG, De.co, MCG, Certificazioni volontarie di conformità*
- *Management delle imprese e dei servizi: strutture, strategie di sviluppo e modelli organizzativi*
- *Il progetto imprenditoriale ed il Business Plan*
- *Orti urbani e agricoltura sociale*
- *Sostenibilità e biodiversità alimentare*

5. Comunicazione e marketing: del territorio, dell'impresa agrituristica, dell'enogastronomia

- *Logiche e metodi del marketing*
- *Marketing e social media marketing nel settore food e wine*
- *Marketing simbiotico e marketing relazionale*
- *Brand reputation*
- *Dai Big data alla creazione di nuova conoscenza nel settore dell'enogastronomia*
- *Le chiavi della comunicazione di successo dei prodotti tipici dell'enogastronomia*
- *Il ruolo degli eventi (fiere, esposizioni, mostre e premi) nel progetto della comunicazione*
- *Gli strumenti della comunicazione enogastronomica (materiali istituzionali, promozionali e editoriali)*
- *Food design*

Costo

Il costo del Master è di 5000 €.

Il Master ha ottenuto **14 borse di studio INPS** a copertura totale a favore dei:

- Dipendenti della P.A. iscritti alla Gestione unitaria delle prestazioni creditizie e sociali
- Figli e orfani inoccupati dei dipendenti della P.A.

Il Collegio dei Docenti del Master, inoltre, può stipulare convenzioni con le Pubbliche Amministrazioni riconoscendo condizioni di maggior favore per i loro dipendenti.

Il Master è bandito dal Dipartimento di Storia, Patrimonio Culturale, Formazione e Società dell'Università degli studi di Roma Tor Vergata in convenzione con il BAICR Cultura della Relazione e in collaborazione con partner istituzionali pubblici e privati.



Per informazioni

culturalimentare@baicr.it

06 68891410-11

www.baicr.it

@BaicrCultura

