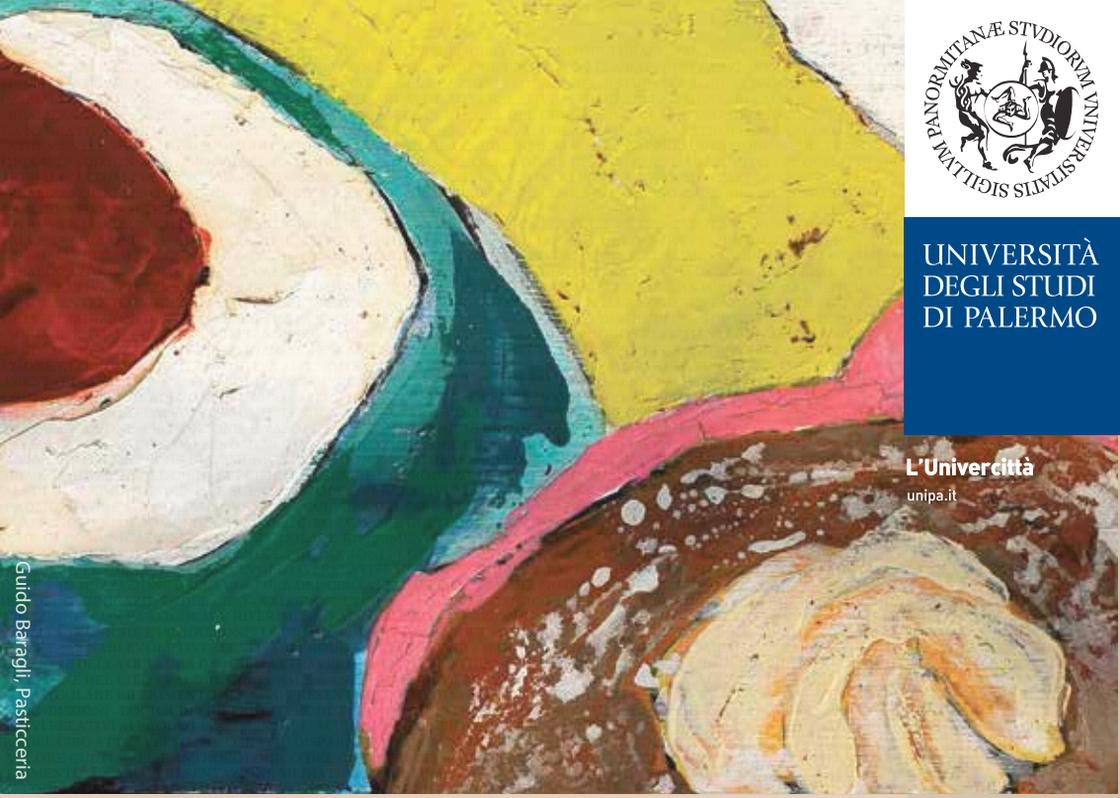




UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

L'Univercittà
unipa.it

Guido Bergagli, Pasticceria



di primo livello
**Master in Cultura
e Comunicazione
del Gusto** 
Buono da Pensare

**450 ore di didattica frontale,
laboratori, project work
200 ore di stage**

Coordinatore: Gianfranco Marrone

**TERZA
EDIZIONE**



RELATIVI AI PRODOTTI ALI
A DEL CIBO ATTRAVERSO L'U
VALORE CULTURALE E ANTR
FERIMENTO ALLA RAPPRESE
IONI - LOGICA DEI DISTRE
I RELATIVI AI PRODOTTI AL
A DEL CIBO ATTRAVERSO L'U
VALORE CULTURALE E ANTR
FERIMENTO ALLA RAPPRESE
I - LOGICA DEI DISTRETTI PI
RELATIVI AI PRODOTTI ALI
A DEL CIBO ATTRAVERSO L'U
VALORE CULTURALE E ANTR
FERIMENTO ALLA RAPPRESE
I - LOGICA DEI DISTRETTI PI
RELATIVI AI PRODOTTI ALI
A DEL CIBO ATTRAVERSO L'U
VALORE CULTURALE E ANTR
FERIMENTO ALLA RAPPRESE
I - LOGICA DEI DISTRETTI PRODUT
TI ALIMENTARI - MARKETI
VERSO L'USO DEI PIÙ DISPA
LE E ANTROPOLOGICO DEL C
PRESENTAZIONE MEDIATICA
RETTI PRODUTTIVI PROCI
MENTARI - MARKETING DEI PR
SO DEI PIÙ DISPARATI MEZZI
NTROPOLOGICO DEL CIBO -
ESENTAZIONE MEDIATICA E
TI PRODUTTIVI - PROCESSI
TI ALIMENTARI - MARKETI
VERSO L'USO DEI PIÙ DISPA
LE E ANTROPOLOGICO DEL C
PRESENTAZIONE MEDIATICA
TI PRODUTTIVI - PROCESSI
TI ALIMENTARI - MARKETING DEI PRODOTTI ALIMENTARI - STRUMENTI E TECNICHE DI COMUNICAZIONE, CON PARTICOLARE RIFERIMENTO ALLA
VERSO L'USO DEI PIÙ DISPARATI MEZZI DI COMUNICAZIONE, STORIA E TRADIZIONI DEL CIBO - SPECIFICITÀ TECNICHE E PRODUZIONI - LOGICA DEI
LE E ANTROPOLOGICO DEL CIBO - PERCEZIONE E SINTASSI SENSORIALI - RITUALI DI CONSUMO, TENDENZE E SCENARI EVOLUT
PRESENTAZIONE MEDIATICA E MULTIMEDIALE DEL CIBO - REALIZZAZIONE, PROMOZIONE, E VALORIZZAZIONE DELLA CULTUR
TI PRODUTTIVI - PROCESSI DI SIGNIFICAZIONE E LOGICA NARRATIVA SOTTESA AI FENOMENI DI COMUNICAZIONE DEL CIBO
TI ALIMENTARI - MARKETING DEI PRODOTTI ALIMENTARI - STRUMENTI E TECNICHE DI COMUNICAZIONE, CON PARTICO
VERSO L'USO DEI PIÙ DISPARATI MEZZI DI COMUNICAZIONE, STORIA E TRADIZIONI DEL CIBO - SPECIFICITÀ TECNICHE E
LE E ANTROPOLOGICO DEL CIBO - PERCEZIONE E SINTASSI SENSORIALI - RITUALI DI CONSUMO, TENDENZE E SCENARI EVOLUT
PRESENTAZIONE MEDIATICA E MULTIMEDIALE DEL CIBO - REALIZZAZIONE, PROMOZIONE, E VALORIZZAZIONE DELLA CULTUR
RETTI PRODUTTIVI - PROCESSI DI SIGNIFICAZIONE E LOGICA NARRATIVA SOTTESA AI FENOMENI DI COMUNICAZIONE DEL
MENTARI - MARKETING DEI PRODOTTI ALIMENTARI - STRUMENTI E TECNICHE DI COMUNICAZIONE, CON PARTICOLARE RIFER
SO DEI PIÙ DISPARATI MEZZI DI COMUNICAZIONE, STORIA E TRADIZIONI DEL CIBO - SPECIFICITÀ TECNICHE E PRODUZION
NTROPOLOGICO DEL CIBO - PERCEZIONE E SINTASSI SENSORIALI - RITUALI DI CONSUMO, TENDENZE E SCENARI EVOLUT

...E, CON PARTICOLARE
NICHE E PRODUZIONI
E SCENARI EVOLUTIVI
IONE DELLA CULTURA
I COMUNICAZIONE DEL
E, CON PARTICOLARE
NICHE E PRODUZIONI
E SCENARI EVOLUTIVI
IONE DELLA CULTURA
NICAZIONE DEL CIBO -
E, CON PARTICOLARE
NICHE E PRODUZIONI
E SCENARI EVOLUTIVI
IONE DELLA CULTURA
NICAZIONE DEL CIBO -
...POLARE
ZIONI
TIVI
URA
...LA
GICA DEI
AI PRODOT
CIBO ATTRAVERSO
- VALORE CULTURALE
TO ALLA RAPPRESEN
OGICA DEI DISTRETTI
ELATIVI AI PRODOTTI
EL CIBO ATTRAVERSO
VALORE CULTURALE E
E RIFERIMENTO ALLA
DUZIONI - LOGICA DEI
RELATIVI AI PRODOT
CIBO ATTRAVERSO
VALORE CULTURALE E
...LA
GICA DEI
AI PRODOT
CIBO ATTRAVERSO
- VALORE CULTURALE
TO ALLA RAPPRESEN
OGICA DEI DISTRETTI
ELATIVI AI PRODOTTI
EL CIBO ATTRAVERSO
VALORE CULTURALE E
E RIFERIMENTO ALLA
DUZIONI - LOGICA DEI
RELATIVI AI PRODOT
CIBO ATTRAVERSO
VALORE CULTURALE E

REQUISITI

I candidati devono essere in possesso dei seguenti **requisiti** alla data di scadenza del bando di selezione:

Laurea in: comunicazione (L-20), lettere e filosofia (L-5, L-10), beni culturali (L-1), lingue (L-11, L-12), scienze e tecnologie agrarie (L-25), scienze politiche (L-36), economia (L-15, L-16, L-18), architettura (LM-4, L-21), design (L-4).

Possono, inoltre, prendere parte alla selezione, purché in possesso almeno di **Laurea Triennale o Specialistica**, ovvero **Laurea vecchio ordinamento**: operatori del settore dell'agroalimentare, dipendenti di enti, istituzioni, consorzi e pubbliche amministrazioni; addetti stampa, giornalisti e aspiranti giornalisti; organizzatori di eventi; operatori nell'ambito del marketing, dell'editoria e della comunicazione.

Possono, altresì, presentare domanda di ammissione alla selezione **gli studenti privi del titolo di laurea sopra indicato**, ma che ne conseguano il possesso **prima della data prevista per l'immatricolazione** al Corso di Master.

Il diplomato potrà impiegare le conoscenze specialistiche acquisite nel corso del Master presso aziende del settore agroalimentare ed enogastronomico; agenzie di comunicazione, pubblicità e organizzazione eventi; enti di ricerca; istituzioni pubbliche; consorzi e associazioni che si occupano della divulgazione della cultura del gusto

SBOCCHI LAVORATIVI

IN COLLABORAZIONE CON



MEDIA PARTNER

cronache **di** gusto.it

LIVESICILIA

ROSALIO

di primo livello Master in Cultura e Comunicazione del Gusto Buono da Pensare

TERZA
EDIZIONE

OBIETTIVI FORMATIVI

Padroneggiare tutti gli strumenti di analisi della comunicazione del settore

Pianificare eventuali interventi strategici per il lancio, il posizionamento e il rilancio di prodotti e servizi collegati al cibo

Organizzare e coordinare la gestione di eventi correlati al settore agroalimentare ed enogastronomico

Sensibilizzare e diffondere una giusta, sana ed equilibrata cultura del cibo

Effettuare attività di analisi, di studio e di ricerca al fine di individuare trend, stili di consumo e tipologie di consumatori

Mettere a punto strategie integrate di comunicazione dei prodotti e servizi connessi al settore agroalimentare ed enogastronomico

IMPEGNO DIDATTICO

Il Master ha la durata di un anno accademico, per un totale di **60 CFU** ed è articolato in complessive **1500 ore di attività** così suddivise: **450 ore di didattica frontale**, laboratori, project work e **675 ore di studio individuale**: 45 CFU; **200 ore di stage**: 8 CFU; **105 ore per la prova finale**: 7 CFU.

I **crediti acquisiti** con il Master potranno essere utilizzati per **isciversi al secondo anno dei corsi di laurea magistrale LM-59 e LM-92** dell'Ateneo.

BANDO

www.unipa.it/master

SCADENZA

23 dicembre 2015

QUOTA DI ISCRIZIONE

2055 euro (suddivisa in due rate)

CONTATTO

mastergusto.unipa@gmail.com

facebook.com/mastergustounipa



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI PALERMO

Enjoy
your meal

