



**Università
degli Studi
di Palermo**

•• **Dipartimento**
Culture e
Società



Laurea Magistrale in

Comunicazione per l'Enogastronomia

piano degli studi a.a. 2023/24

Il corso in breve



Comunicazione per l'enogastronomia è un corso unico nel panorama nazionale che coniuga le competenze e le finalità di due diverse classi di laurea, intrecciando gli studi sulle Teorie della comunicazione (LM/92) con quelli riguardanti le Scienze economiche e sociali dell'enogastronomia (classe di laurea LM/GASTR). La ragione di questa convergenza fra aree formative in apparenza lontane – ma in realtà con molti punti in comune – e di questo intreccio fra saperi sono abbastanza chiare. Ormai da un paio di decenni il comparto enogastronomico si è sviluppato in modo esponenziale, coinvolgendo le attività produttive e il mondo dei consumi: ciò ha prodotto una rinnovata sensibilità diffusa nei confronti degli aspetti etici, estetici e politici legati al cibo, alla cucina, al gusto, alla tavola e ai loro diversi linguaggi. Tutto questo ha generato anche sul piano della ricerca una molteplicità di nuovi saperi che contribuiscono a una visione dell'alimentazione che superi le immediatezze e le necessità legate alla nutrizione e alla salute per coprire spazi e fenomeni socio-economici e storico-antropologici assai più ampi.

Il corso di Laurea Magistrale mira allora a formare dei tecnici della comunicazione che abbiano una competenza specifica del mondo dell'enogastronomia, che comprendano problemi e opportunità, che conoscano le diverse culture alimentari e le economie che producono in diversi Paesi e che sappiano dunque affrontare le sfide che questo mondo pone sia a livello del mercato (sicuramente il più sviluppato del pianeta) sia della società in generale.

È evidente peraltro che con le tante produzioni di eccellenza presenti nel Meridione d'Italia, e specialmente in Sicilia, spesso sconosciute e poco valorizzate, la formazione di comunicatori da inserire nel comparto enogastronomico risulta particolarmente urgente.



Caratteristiche del percorso



Doppia classe di laurea

Comunicazione per l'enogastronomia è una Laurea Magistrale a doppia classe, ovvero consente di conseguire il titolo finale o nella classe LM-92 Teorie della Comunicazione (in questo caso il codice del corso è il 2288) oppure nella classe LM-GASTR Scienze economiche e sociali dell'enogastronomia (in questo caso il codice del corso è il 2289). In entrambi i casi il piano di studi è assolutamente identico, dunque la scelta è dettata unicamente dalla scelta formale di conseguire il titolo in un ambito più strettamente comunicativo (codice 2288) oppure in uno di più recente istituzione (2289).

Laboratori e personalizzazione del piano di studi

Caratteristiche del piano di studi sono la presenza di attività laboratoriali, una notevole personalizzabilità e un tirocinio di durata estesa.

Durante il Corso lo studente avrà l'opportunità di sperimentare attraverso la frequenza (obbligatoria) di un laboratorio professionalizzante metodi e tecniche cruciali per il proprio futuro ruolo professionale acquisendo, anche in base agli interessi e alle competenze personali, conoscenze direttamente spendibili nel mondo del lavoro.

La personalizzabilità del piano di studi è data dalla presenza di ben tre insegnamenti fra opzionali e a scelta dello studente (per un totale di 18 crediti), grazie ai quali ogni studente potrà costruire il proprio percorso formativo sulla base dei propri interessi o di opportunità professionali.

Il tirocinio ha una durata di ben 225 ore da trascorrere in aziende o enti di varia natura legati alla produzione agroalimentare, alla distribuzione e commercializzazione, alla promozione, all'esportazione, al turismo enogastronomico e a molte altre attività legate al mondo dell'enogastronomia.



Sbocchi occupazionali



Fra i profili in uscita del corso:

- **Consulente per la promozione e il marketing dei prodotti enogastronomici**
- **Consulente per la progettazione di luoghi di distribuzione e consumo di prodotti agroalimentari**
- **Specialista nella promozione del patrimonio enogastronomico**
- **Scrittore e divulgatore della cultura agroalimentare**

Fra le funzioni che i laureati possono svolgere in aziende private ed enti pubblici:

- individuare opportunità commerciali a livello globale in ambito agroalimentare
- concepire strategie di comunicazione che consentano un efficace posizionamento per prodotti e servizi
- progettare, realizzare e curare prodotti comunicativi quali pubblicità, eventi, social media ecc.
- curare i rapporti con i mezzi di informazione, redigere comunicati stampa, discorsi ufficiali ecc.
- curare l'immagine di aziende ed enti
- offrire consulenze strategiche per la realizzazione di ristoranti, enoteche, supermercati ecc.
- analizzare e progettare packaging e altri dispositivi di contatto comunicativo
- curare l'identità comunicativa e l'efficacia degli spazi di consumo
- offrire consulenze ad agenzie turistiche
- offrire consulenze ad aziende agricole di produzione o agriturismo
- offrire consulenze a enti e istituzioni che promuovono attività nel settore della biodiversità e del controllo sui saperi alimentari, nonché sulla promozione e conservazione della cultura gastronomica
- scrivere in ambito enogastronomico tanto su media tradizionali (quotidiani, magazine, libri ecc.) quanto sui media digitali (blog, social media, piattaforme di condivisione di video ecc.)
- creare contenuti editoriali per riviste, guide enogastronomiche, ricettari e case editrici specializzate
- promuovere l'educazione alimentare presso strutture pubbliche e private
- offrire consulenze comunicative in ambito dietetico-nutrizionale



Piano di studi



primo anno

INSEGNAMENTO	ORE
Linguaggi dell'enogastronomia e Food experience	80
• Linguaggi dell'enogastronomia	60
• Food experience	20
Enogastronomia	60
Storia dell'alimentazione	40
Sociologia dei consumi alimentari	40
Laboratorio a scelta	100
Insegnamento a scelta 1	40

secondo anno

INSEGNAMENTO	ORE
Media e enogastronomia	60
Marketing e turismo enogastronomico	40
Teoria del gusto	40
Teoria e tecnica della degustazione enogastronomica	40
Sistemi e filiere alimentari mediterranee	60
• Le filiere mediterranee: tradizione, cultura, paesaggio e futuro	40
• I sistemi agroalimentari di qualità	20
Insegnamento opzionale 1	40
Insegnamento a scelta 2	40

laboratori

INSEGNAMENTO	ORE
Laboratorio di Creazione di una campagna di comunicazione	100
• Teoria e tecniche del linguaggio audiovisivo	
• Progettazione comunicativa	
Laboratorio di Exhibit design	100
Laboratorio di Food Writing	100
• Testualità enogastronomica	
• International Food Writing	

opzionali

INSEGNAMENTO	ORE
Alimentazione e salute	40
Analisi sensoriale e produzione vinicola	40
Antropologia dell'alimentazione	40
Semiotica del brand	40
Design e packaging alimentare	40
Diritto dell'agroalimentare	40
Management del patrimonio culturale e dell'enogastronomia	40
Semiotica degli spazi di consumo	40
Teoria e tecniche della serialità	40





vai al canale YouTube

